



Turistička zajednica Grada

Crikvenice

IZVJEŠĆE

O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE ZA 2021. GODINU

Crikvenica, ožujak 2022.



SADRŽAJ

UVOD	1
/ Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi sukladno planovima turističkog razvoja te akcijski planovi	
/ Podatci o ostvarenom turističkom prometu do 31.12.2021. godine	
A) PRIHODI	17
B) RASHODI	23
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	23
1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	23
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	25
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	25
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	26
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	26
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	27
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	28
2.3.1. Kulturno – zabavne manifestacije	28
2.3.1.1. Maškare	
2.3.1.2. Crikvenica Summer Showtime	
2.3.1.2.1. CSS događanja s potpisom	
2.3.1.2.2. CSS tjedna događanja	
2.3.1.3. Na palade – kanat i štorije	
2.3.1.4. Proslava sv. Jelene	
2.3.1.5. Proslava sv. Jakova	
2.3.1.6. Proslava sv. Katarine	
2.3.2. Sportske manifestacije	36
2.3.2.1. Plivački maraton	
2.3.2.2. Šahovski turnir s Garijem Kasparovim	
2.3.3. Gastro manifestacije	37
2.3.3.1. Uskrs	
2.3.3.2. Festival jagoda	
2.3.3.3. Mjesec plave ribe - Cesta plave ribe	
2.3.3.4. Jesen u Crikvenici	
2.3.4. Ostale manifestacije	39
2.3.4.1. Crikvenica4Pets	
2.3.4.2. Festival zdravlja	
2.3.4.3. Crikvenica International Health Tourism Conference - CIHT	
2.3.4.4. Ostale manifestacije	
2.4. Turistička infrastruktura	44
2.5. Podrška turističkoj industriji	44
2.5.1. Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom	44
2.5.2. Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstava	45
2.5.2.1. Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu - manifestacije	
2.5.2.2. Pogodnosti za privatne iznajmljivače	
2.5.3. Potpore programima DMK	53

3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	54
3.1.	Definiranje brending sustava i brend arhitekture	54
3.2.	Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda	55
3.3.	Odnosi s javnošću	60
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	61
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	66
3.5.1.	Nastupi na sajmovima	66
3.5.2.	Posebne prezentacije	67
3.5.3.	Poslovne radionice	69
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	70
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	72
3.8.	Internetske stranice	73
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	74
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	75
3.10.1.	Upravljanje TIC-evima	75
3.10.2.	Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS	77
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	77
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	77
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	78
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	81
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	82
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	82
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	82
5.2.1.	UHPA	82
5.2.2.	Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera	83
5.2.3.	Savez karnevalskih gradova Hrvatske	83
5.2.4.	LAG "Vinodol"	84
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	84
6.1.	Plaće	84
6.2.	Materijalni troškovi	85
6.3.	Tijela turističke zajednice	85
7.	REZERVA	86
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	86

PRILOG:

Financijski plan 2021. – realizacija 1.1.2021. – 31.12.2021.

Turistička zajednica Grada Crikvenice je u 2021. godini obavljala poslove utvrđene Zakonom o turističkim zajednicama u koordinaciji turističkih zajednica Primorsko-goranske županije, odnosno u sastavu turističkih zajednica Republike Hrvatske.

Program rada Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2021. godinu izrađen je na temelju zadanih zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine, Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. - 2029. godine te Strategije gospodarskog razvitka Grada Crikvenice 2012. – 2022. Sukladno tome, Turistička zajednica Grada Crikvenice, kao lokalna destinacijska menadžment organizacija, tijekom 2021. godine provodila je aktivnosti proizašle iz zadaća turističkih zajednica definiranih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 52/2019; 42/2020) i Statutom Turističke zajednice, a koje su usmjerene na tri glavna pravca djelovanja:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkog proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi, važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Sukladno čl. 32 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19),

(1) zadaće TZG kao lokalne destinacijske menadžment organizacije su sljedeće:

1.

Razvoj proizvoda

1.1.

sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije

1.2.

koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji

1.3.

razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda

- 1.4.
razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5.
razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6.
praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7.
upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8.
strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9.
sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10.
upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11.
sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1.
izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2.
stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3.
osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4.
suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5.
planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6.
operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim

sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

3.1.
koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

3.2.
priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

3.3.
priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4.
pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

3.5.
obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(2) Pored zadaća iz stavka 1. ovoga članka, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja, a TZG Crikvenice ispunjava taj uvjet, godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće vezane uz marketing:

1.
odnosi s javnošću

2.
stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža

3.
definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala

4.
uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

5.
provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)

6.
koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini

7.
obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

(3) Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

(4) Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi sukladno planovima turističkog razvoja te akcijski planovi

Polazeći od vizije i temeljnih strateških ciljeva hrvatskoga turizma, vizije i strateških opredjeljenja Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom, Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. – 2029. kao i trenutnoga stanja hrvatskoga i europskoga gospodarstva i uvažavajući stanje u "Jadranu" d.d., najvećoj hotelskoj kući u Crikvenici, te općenito stanje u turizmu grada Crikvenice, definiraju se kratkoročni ciljevi marketinške politike TZG Crikvenice u 2021. godini:

Kratkoročni strateški ciljevi kroz provođenje programskih aktivnosti Turističke zajednice grada Crikvenice za 2021. godinu su daljnje promotivne aktivnosti vezano uz postojeće turističke proizvode i programe, intenzivnija suradnja sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, razvoj i unapređenje selektivnih oblika turizma kreiranjem novih turističkih proizvoda temeljenih na kulturnim, eno i gastro, prirodnim i povijesnim turističkim resursima. Svim planiranim aktivnostima svrha je oblikovanje područja Crikvenice u suvremenu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju, uz aktiviranje svih raspoloživih resursa u cilju intenziviranja dolazaka i noćenja u otežanim uvjetima uzrokovanim pandemijom korona virusa, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

Turistička zajednica Grada Crikvenice svoje je aktivnosti tijekom 2021. godine usmjerila ostvarivanju svojih kratkoročnih i dugoročnih ciljeva. Intenzivno je surađivala sa sustavom turističkih zajednica i turističkim subjektima te lokalnom samoupravom, radila na razvoju i unapređenju selektivnih oblika turizma kreiranjem novih turističkih proizvoda (outdoora, manifestacija, interpretacije, edukacije...)

Što se tiče realizacije strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019. – 2029. se je radilo na realizaciji programa iz Akcijskog plana i to posebno na programu plaže i programu interpretacija prostora.

Svim planiranim i realiziranim aktivnostima svrha je oblikovanje područja Crikvenice u suvremenu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju, uz aktiviranje svih raspoloživih resursa u cilju intenziviranja dolazaka i noćenja u otežanim uvjetima uzrokovanim pandemijom korona virusa, visoko fokusiranu usmjerenost na gosta te poboljšanje ponude koja se nudi gostima u tranzitu.

Podatci o ostvarenom turističkom prometu u tekućoj godini

Turizam u brojkama 2021.

2021. godina je bila izuzetno teška godina za planiranje u kojoj je pandemija virusa COVID-19 i dalje vladala te je to značajno utjecalo osim na cjelokupno gospodarstvo i na turistički sektor. Sve grane turizma žestoko su se borile da ostvare čim je moguće bolji prihod u odnosu na prethodnu, odnosno čim bliži prihod onome iz 2019. godine. Tijekom zimskih mjeseci i u predsezoni Hrvatska nije bila kao prošle godine u lockdownu, no gospodarstvo je gotovo stalo, državne granice su bile djelomično zatvorene i najave za glavni dio sezone nisu bile obećavajuće. Tijekom svibnja krenulo se s određenim aktivnostima te su počeli intenzivniji upiti za smještajem. Prometna dostupnost Rivijere Crikvenice i u ovoj situaciji bila je velika prednost jer su se gosti koji su inače putovali u udaljenije krajeve ove godine odlučili za Rivijeru Crikvenicu. Osim njih važno je spomenuti i stare goste koji su ostali vjerni Crikvenici i u ovoj neizvjesnoj godini. U srpnju i kolovozu su zabilježeni odlični rezultati obzirom na ostatak godine iako je i dalje to daleko od normalne sezone na kakvu smo navikli. Padovi u 2020. godini su bili ogromni, a turistički sektor će se dugo oporavljati od 2020. godine. Brojke koje ćemo prikazati u nastavku su bolje nego prošle godine, no i dalje lošije nego što su to bile u 2019. godini. U usporedbi s ostalim turističkim destinacijama ove godine, trebali bi s ovim ostvarenjem biti zadovoljni jer su ove brojke svrstale Rivijeru Crikvenicu na 2. mjesto na Kvarneru, a na 10. u Hrvatskoj. Crikvenica se nalazi na 2. mjestu u Hrvatskoj prema turističkom prometu ostvarenom u obiteljskom smještaju.

Turistički promet po zemljama

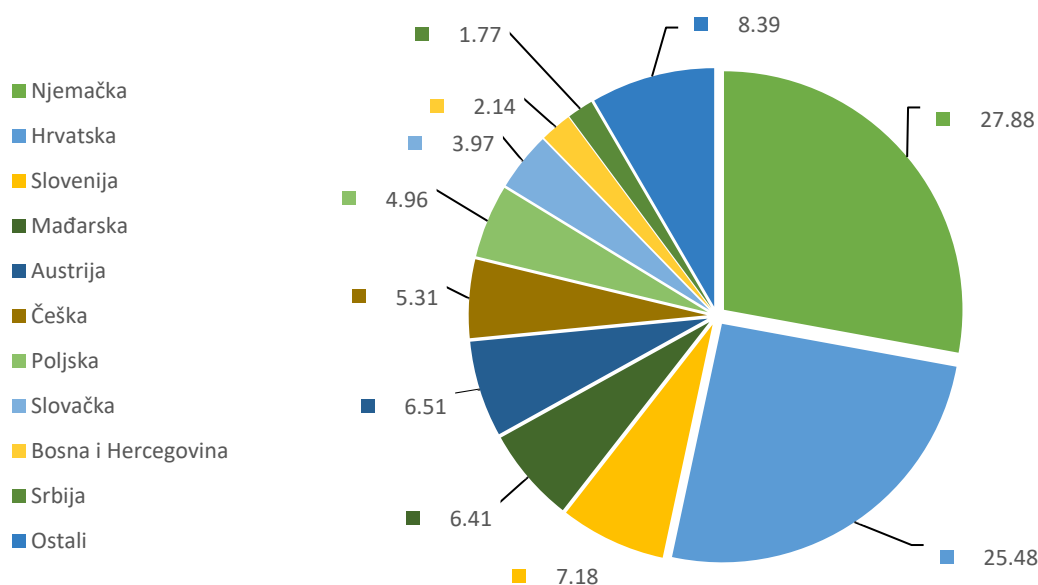
Tijekom 2021. godine Republika Hrvatska je ostvarila 13.781.396 dolazaka i 84.129.295 noćenja turista, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja povećanje dolazaka za 77,52 % i povećanje noćenja turista za 54,65 %. Na području Kvarnera u 2021. godini ostvareno je 2.371.806 dolazaka i 15.344.801 noćenja turista (38,77 % više u odnosu na 2020. godinu).

Rivijera Crikvenica je u 2021. godini, u ukupnom zbroju komercijalnih i nekomercijalnih gostiju, ostvarila 271.076 dolazaka i 1.717.820 noćenja, što čini povećanje od 51,68 % u dolascima i 33,22 % u noćenjima u usporedbi s istim razdobljem lani. U odnosu na 2019. godinu bilježi se 20% manje dolazaka i 22% manje noćenja. Što se tiče isključivo komercijalnih turista u 2021. godini je na području Rivijere Crikvenice ostvareno ukupno 258.551 dolazaka, što predstavlja povećanje od 54,88% i 1.434.635 noćenja, odnosno 46,41 % više u odnosu na 2020. godinu. Strani turisti su ostvarili ukupno 193.864 dolaska, odnosno 62,19 % više nego lani, a domaći turisti ukupno 66.687 dolazaka, odnosno povećanje od 36,44%. Prema broju noćenja, strani turisti zabilježili su povećanje od 50,56 %, dok domaći bilježe povećanje od 31,40%.

U 2021. je najznačajniji obujam turističkog prometa ostvaren s tradicionalnih tržišta, a to su: Njemačka (27,88 %), Hrvatska (25,48 %), Slovenija (7,18 %), Austrija (6,51 %), Mađarska (6,41 %), Češka (5,31%), Poljska (4,96%), Slovačka (3,97%), Bosna i Hercegovina (2,14 %) i Srbija (1,77%).

Prosječni broj dana boravka turista na području Rivijere iznosi 6,34 dana, dok je u 2020. godini iznosio 7,22 dana ali i nešto bolji rezultat od 2019. godine kada su turisti prosječno boravili 6,03 dana.

Udio noćenja TOP 10 zemalja 1.1. - 31.12.2021.

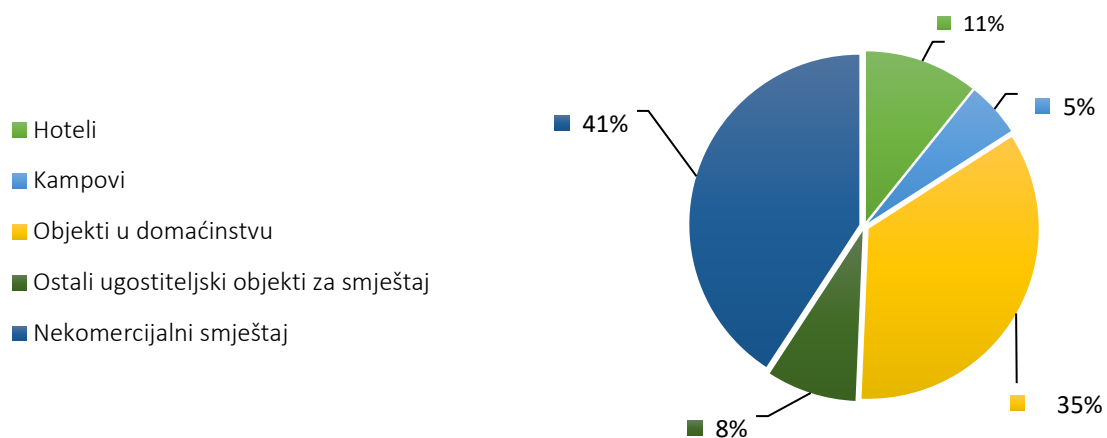


Turistički promet po vrstama smještaja

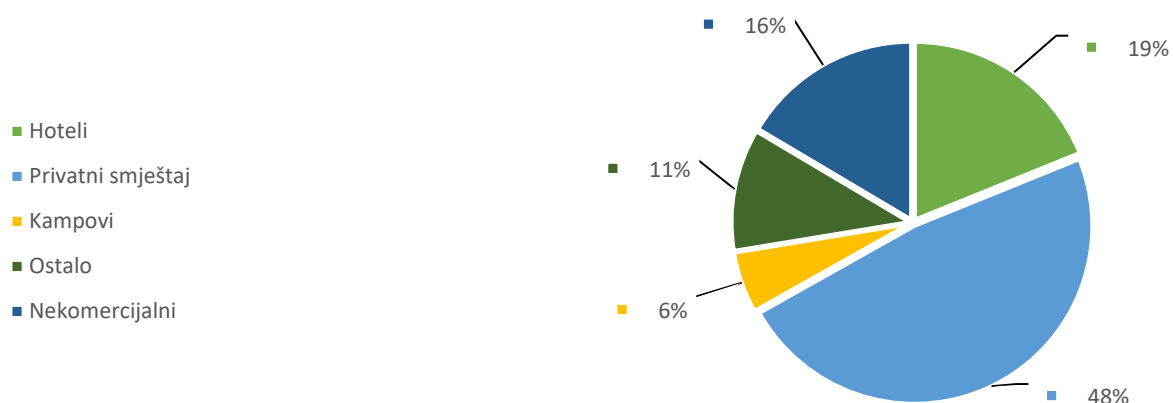
Iz sustava eVisitor proizlazi podatak da područje crikveničke rivijere raspolaže s ukupno 41.808 ležajeva, od čega 34,69 % (14.504 ležajeva) otpada na ležajeve u privatnome smještaju – objekti u domaćinstvu, 10,78 % (4.505 ležajeva) na hotele, 5,16 % (2.157 ležajeva) na kampove, 8,55 % na ostalo - druge vrste – skupina kampovi (3.574 ležaja), te 40,82% (17.068 ležajeva) na nekomercijalni smještaj. Od većih promjena zabilježeno je otvaranje hotela Miramare čime su se povećali hotelski kapaciteti, te kampa Uvala Slana, čime su se ukupno povećali kapaciteti kampova u odnosu na 2020. godinu.

Vrsta objekta	Broj smještajnih jedinica	Broj ležajeva	Broj objekata	Broj obveznika
Hoteli	2.233	4.505	30	21
Kampovi	719	2.157	3	1
Objekti u domaćinstvu	4.893	14.504	2.434	2.344
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	1.166	3.574	140	106
Nekomercijalni smještaj	4.077	17.068	4.053	4.007
UKUPNO	13.088	41.808	6.660	6.479

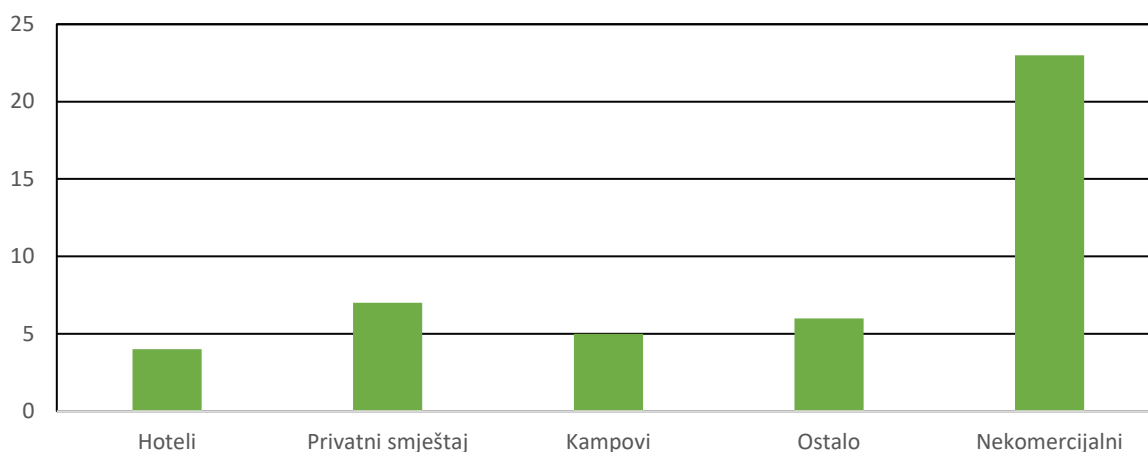
Udio broja postelja prema vrsti smještaja 1.1. - 31.12.2021.



Udio noćenja u % prema vrsti smještaja 1.1. - 31.12.2021.



Prosječni dani boravka turista 1.1. - 31.12.2021.



Privatni smještaj (objekti u domaćinstvu) najzastupljenija je vrsta smještaja na crikveničkoj rivijeri. U prvih 2021. godini je u ovoj vrsti smještaja ostvareno 824.223 noćenja. Obiteljski smještaj ostvario je 47,98% udjela u ukupnim noćenjima, a prosječna popunjenost iznosila je 57 dana (u 2020. godini je bila 43 dana). Objekti u domaćinstvu ostvarili su povećanje u noćenjima od 30,56%. Ove godine broj kreveta se smanjio za otprilike 250 ležajeva, a uslijed straha obveznika, ponajviše starijih pružatelja usluga u domaćinstvu, od zaraze COVID-19 virusom. Bez obzira na to i dalje je veliki broj kreveta u obiteljskom smještaju, tako da bez ulaganja u smještaj i podizanja kvalitete pojedinci ne mogu konkurirati onome što se danas nudi na tržištu.

Hoteli sudjeluju s 324.171 noćenja i zauzimaju udio od 18,87 % u ukupnome broju noćenja. Prosječna popunjenost hotelskoga smještaja iznosi 72 dana što je više nego u 2020. godini, kada je iznosila 50 dana. Pandemija virusa COVID-19 i ove godine je značajno utjecala na ovu vrstu smještaja te im uzrokovala gubitke i mali broj dana kada su bili otvoreni i mogli pružiti uslugu smještaja gostima, naročito u predsezoni. Neki od hotela niže kategorije bili su zatvoreni, prema čemu je evidentno da hoteli niže kategorije moraju proći proces obnove i prekategorizacije na višu kategoriju, kako bi bili konkurentni na tržištu. U 2016. godini došlo je do prekategorizacije hotela u sustavu hotelskoga poduzeća "Jadran" d.d., i to hotela "Omorike" (na 4 zvjezdice) te hotela "Katarine" (nekadašnji "Varaždin") također na 4 zvjezdice, u 2017. godini se nastavilo s ulaganjima. Tako je potpuno obnovljen hotel „Esplanade“, koji je dobio visoku kategoriju – četiri zvjezdice. U svibnju 2017. je otvoren hotel „Crikvenica“, sa 4 zvjezdice. U 2019. godini renovirani su paviljoni AdTurres i rekategorizirani sa soba za iznajmljivanje u druge vrste u kategoriju Hoteli – Turističko naselje. Podizanje kategorije hotela svakako pridonosi ukupnoj ponudi naše rivijere i u budućnosti promjeni strukture gostiju. U 2020. godini otvoren je renovirani hotel AdTurres, s 3 zvjezdice. U 2021. godini otvoren je obnovljen i proširen hotel Miramare. Trenutno ima privremeno rješenje bez kategorizacije, a teži u idućoj godini dobiti rješenje o kategorizaciji na 5 zvjezdica.

U Gradu Crikvenici u 2021. godini posluje ukupno 22 hotela, od čega 1 hotel s 5 zvjezdica, 9 hotela s 4 zvjezdice, 7 hotela s 3 zvjezdice, 3 hotela s 2 zvjezdice i 2 bez trenutne kategorizacije, s privremenim rješenjem. Pod vrstom objekta "hotel" osim podvrste hotela, na rivijeri posluje i 6 pansiona iz skupine hoteli te jedan objekt kategoriziran kao "turističko naselje".

Hotel Park niti ove godine nije radio, niti ima aktivno rješenje, dok je hotel International kao niže kategorizirani hotel bio zatvoren odlukom Uprave Jadrana a uslijed pandemije COVID-19 virusa. U njemu su bili smješteni sezonski djelatnici Jadran-a d.d.

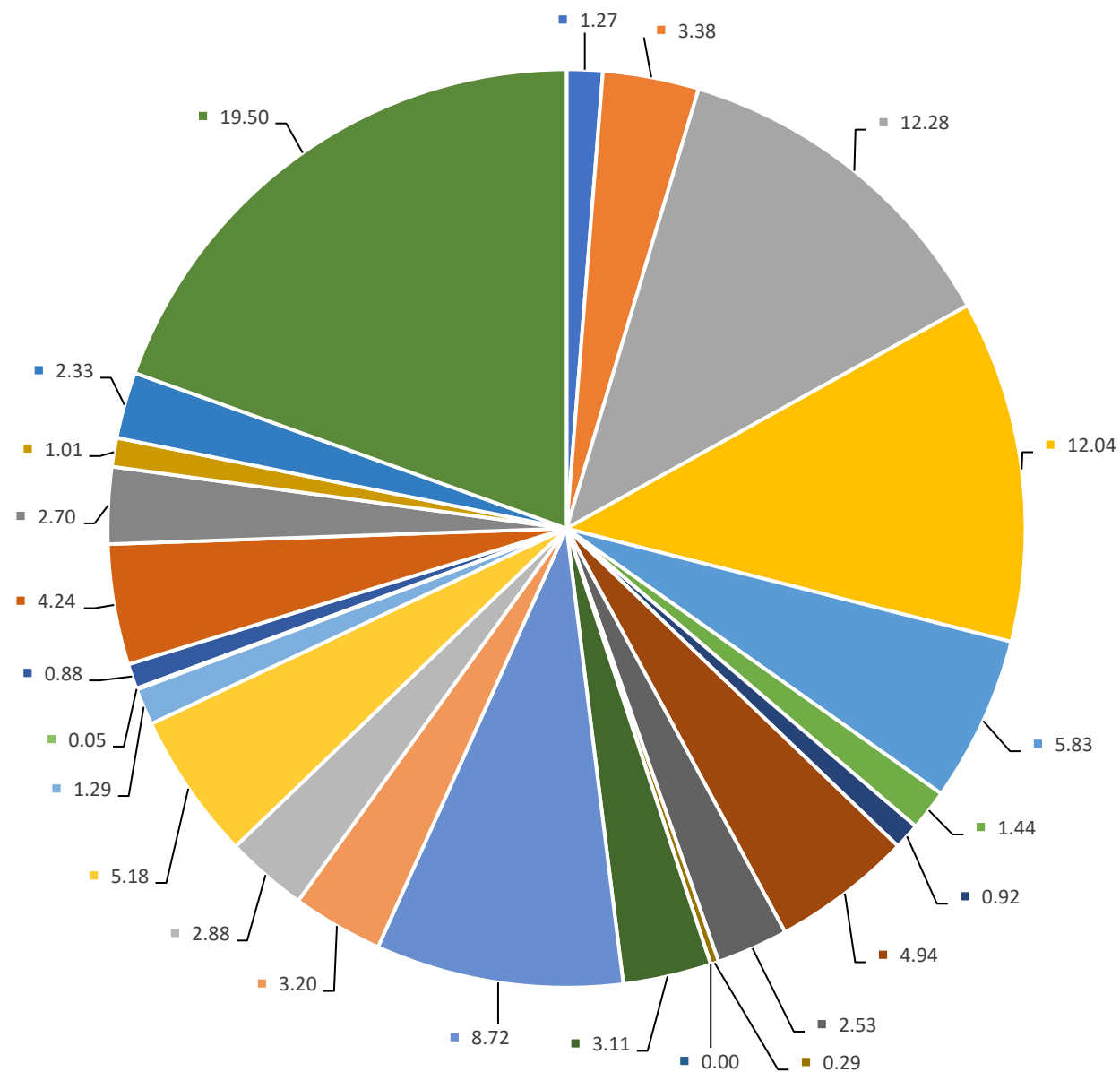
Naziv	Broj smještajnih jedinica	Broj postelja	Dolasci 2021.	Dolasci 2020.	Indeks 21/20	Noćenja 2021.	Noćenja 2020.	Indeks 21/20	Udio u % u ukupnim noćenjima 2021.	Prosječna popunjenost u 2021.	Prosječna popunjenost u 2020.	Indeks prosječne popunjenosti	Prosječni broj dana boravka turista 2021.	Prosječni broj dana boravka turista 2020.

Amabilis	31	60	1,153	967	119.23	4,101	3,663	111.96	1.27	68	61	112	4	4
Ukupno ****	31	60	1,153	967	119.23	4,101	3,663	111.96	1.27	68	61	112	4	4

Hotel Esplanade	38	76	3,348	3,204	104.49	10,967	10,157	107.97	3.38	144	134	108	3	3
Hotel Omorika	169	350	9,710	5,250	184.95	39,795	25,931	153.46	12.28	114	74	153	4	5
Hotel Katarina	152	352	10,807	3,660	295.27	39,042	16,867	231.47	12.04	111	48	231	4	5
Hotel Kvarner Palace	114	226	3,528	1,618	218.05	18,909	9,093	207.95	5.83	84	40	208	5	6
Abalone hotel	17	35	1,098	433	253.58	4,664	1,986	234.84	1.44	133	57	235	4	5
Hotel Vali	21	42	907	573	158.29	2,986	1,915	155.93	0.92	71	46	156	3	3
Hotel Crikvenica	78	133	4,221	2,182	193.45	16,006	8,470	188.97	4.94	120	64	189	4	4
Hotel Marina	50	102	2,361	1,690	139.70	8,186	5,122	159.82	2.53	80	50	160	3	3
Hotel Villa Emilia	9	18	175	92	190.22	943	392	240.56	0.29	52	22	241	5	4
Ukupno ****	648	1,334	36,155	18,702	193.32	141,498	79,933	177.02	43.65	106	60	177	4	4

Hotel Ad Turres	40	80	0	0	0.00	0	0	0.00	0.00	0	0	0	0	0
Hotel Kaštel	74	178	2,591	1,306	198.39	10,081	5,940	169.71	3.11	57	33	170	4	5
Hotel Mediteran	144	276	6,853	3,268	209.70	28,257	15,906	177.65	8.72	102	58	178	4	5
Hotel Vila Ružica	54	116	2,897	2,468	117.38	10,380	9,418	110.21	3.20	89	81	110	4	4
Hotel Slaven s depadansam	208	401	2,114	3,950	53.52	9,344	18,126	51.55	2.88	23	45	52	4	5
Hotel Selce	90	184	4,544	3,392	133.96	16,792	12,696	132.26	5.18	91	69	132	4	4
Hotel Esperanto	27	71	782	517	151.26	4,171	2,456	169.83	1.29	59	35	170	5	5
Ukupno ***	637	1,306	19,781	14,901	132.75	79,025	64,542	122.44	24.38	61	49	122	4	4
**														
Hotel International	52	82	66	36	183.33	151	58	260.34	0.05	2	1	260	2	2
Hotel Zagreb	40	64	838	0	0.00	2,846	0	0.00	0.88	44	0	0	0	0
Hotel Riviera	91	182	1,949	1,363	142.99	13,742	8,654	158.79	4.24	76	48	159	7	6
Ukupno **	183	328	2,853	1,399	203.93	16,739	8,712	192.14	5.16	51	94	54	6	6
Nema kategorizacije														
Hotel Miramare	136	526	1,984	0	0.00	8,747	0	0.00	2.70	17	0	0	4	0
Hotel Villa Aurora	21	47	1,025	959	106.88	3,289	2,711	121.32	1.01	70	58	121	3	3
Ukupno	157	573	3,009	959	313.76	12,036	2,711	443.97	3.71	21	5	444	4	3
Pansioni														
Vila Atalanta	11	35	83	93	89.25	263	332	79.22	0.08	8	9	79	3	4
Pansion Klaudija	14	30	288	196	146.94	1,328	940	141.28	0.41	44	31	141	5	5
Pansion Mudražija	12	38	355	419	84.73	2,562	2,553	100.35	0.79	67	67	100	7	6
Pansion Klek	17	41	327	440	74.32	1,724	2,459	70.11	0.53	42	60	70	5	6
Pansion Staro normalno	25	70	170	170	100.00	1,002	918	109.15	0.31	14	13	109	6	5
Pansion Preza	11	27	305	261	116.86	686	562	122.06	0.21	25	21	122	2	2
Ukupno pansioni	90	241	1,528	1,579	96.77	7,565	7,764	97.44	2.33	31	32	97	5	5
Turistička naselja														
TN "AdTurres"****	351	663	14,126	5,671	249.09	63,207	30,119	209.86	19.50	95	45	0	4	5
Ukupno TN	351	663	14,126	5,671	249.09	63,207	30,119	209.86	19.50	95	45	0	4	5
Ukupno - vrsta hoteli	2,097	4,505	78,605	44,178	177.93	324,171	197,444	164.18	100.00	72	44	164	4	4

Udio po objektima - vrsta hotel u % u ukupnim noćenjima 1.1. - 31.12.2021.



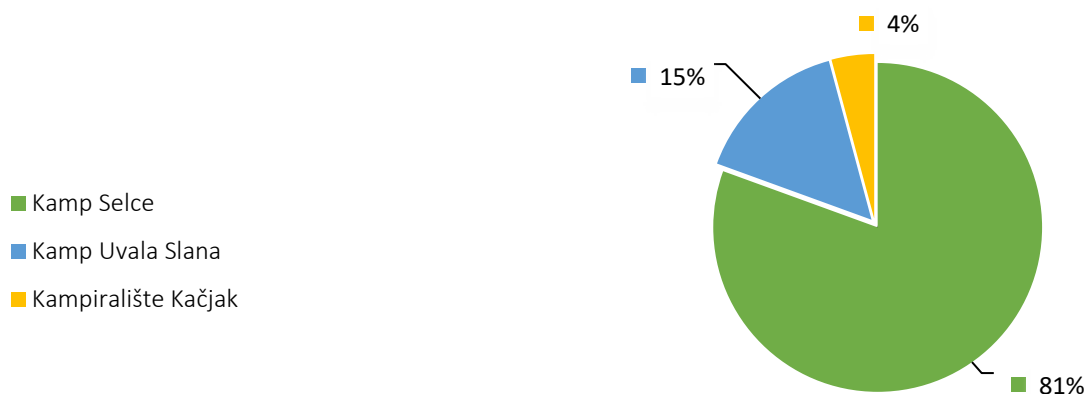
- | | | |
|----------------------|------------------------|------------------------------|
| ■ Amabilis | ■ Hotel Esplanade | ■ Hotel Omorika |
| ■ Hotel Katarina | ■ Hotel Kvarner Palace | ■ Abalone hotel |
| ■ Hotel Vali | ■ Hotel Crikvenica | ■ Hotel Marina |
| ■ Hotel Villa Emilia | ■ Hotel Ad Turres | ■ Hotel Kaštel |
| ■ Hotel Mediteran | ■ Hotel Vila Ružica | ■ Hotel Slaven s depadansama |
| ■ Hotel Selce | ■ Hotel Esperanto | ■ Hotel International |
| ■ Hotel Zagreb | ■ Hotel Riviera | ■ Hotel Miramare |
| ■ Hotel Villa Aurora | ■ Ukupno pansioni | ■ TN "AdTurres"*** |

NAZIV HOTELA	MJESTO	OTVARANJE	ZATVARANJE
AD TURRES	CRIKVENICA	10.6.2021.	3.12.2021.
CRIKVENICA	CRIKVENICA	9.6.2021.	17.10.2021.
ESPLANADE	CRIKVENICA	5.3.2021.	31.12.2021.
INTERNATIONAL	CRIKVENICA	ZATVOREN	ZATVOREN
KAŠTEL	CRIKVENICA	10.6.2021.	12.9.2021.
KVARNER PALACE	CRIKVENICA	28.5.2021.	3.10.2021.
MEDITERAN	CRIKVENICA	21.5.2021.	3.10.2021.
MIRAMARE	CRIKVENICA	17.6.2021.	20.9.2021.
OMORIKA	CRIKVENICA	1.6.2021.	1.11.2021.
VILLA AURORA	CRIKVENICA	25.6.2021.	15.10.2021.
VILLA RUŽICA	CRIKVENICA	3.6.2021.	15.10.2021.
VILLA EMILIA	CRIKVENICA	25.6.2021.	24.9.2021.
ZAGREB	CRIKVENICA	18.6.2021.	12.9.2021.
AMABILIS	SELCE	22.4.2021.	20.9.2021.
ESPERANTO	SELCE	15.5.2021.	13.10.2021.
KATARINA	SELCE	21.5.2021.	5.11.2021.
MARINA	SELCE	3.6.2021.	OTVORENO
SELCE	SELCE	2.6.2021.	20.10.2021.
SLAVEN	SELCE	10.6.2021.	19.9.2021.
HOTEL ABALONE	DRAMALJ	13.5.2021.	26.9.2021.
HOTEL RIVIERA	DRAMALJ	15.6.2021.	26.9.2021.
VALI	DRAMALJ	16.6.2021.	21.9.2021.

U Gradu Crikvenici u 2021. godini djeluju 2 kampa u Selcu i 1 kampiralište u Dramlju. Kampovi su ostvarili ukupno 21.166 dolazaka te 95.341 noćenja. I ove godine uslijed pandemije COVID-19 kampovi su bili traženi, međutim Rivijera Crikvenica ima mali kapacitet u kampovima te nema mogućnosti ostvarenja većeg rezultata u toj vrsti smještaja. Rezultati ostvarenih noćenja u kampovima u odnosu na 2020. godinu su za 115,27% bolji. Tako velika brojka je ostvarena i zato jer je u 2020. godini kamp Uvala Slana bio zatvoren. U odnosu na 2019. godinu, bilježi se pad od 25 % u dolascima i 20 % u noćenjima. Prosječna popunjenost kampova iznosi 44 dana, a prosječni broj dana boravka turista u kampovima na našoj rivijeri su 4,5 dana, slično kao i u 2020. godini (4,4 dana).

Naziv	Broj smj. jedinica	Broj gl.postelja	Dolasci 2021.	Dolasci 2020.	Indeks 21/20	Noćenja 2021.	Noćenja 2020.	Indeks 21/20	Udio u % u ukupnim noćenjima 2021.	Prosječna popunjenost u 2021.	Prosječna popunjenost u 2020.	Indeks prosj. popunj.	Prosječni broj dana boravka turista u 2021.	Prosječni broj dana boravka turista u 2020.
Kamp Selce	500	1,500	17,958	9,051	198.41	76,897	40,071	191.90	80.65	51	27	192	4	4
Kamp Uvala Slana	189	567	2,264	0	0.00	14,476	0	0.00	15.18	26	0	0	6	0
Kampiralište Kačjak	30	90	944	1,008	93.65	3,968	4,218	94.07	4.16	44	47	94	4	4
Ukupno	719	2,157	21,166	10,059	210.42	95,341	44,289	215.27	100.00	44	21	215	5	4

Udio kampova u ukupnom broju noćenja - vrsta kamp



NAZIV KAMPA	MJESTO	OTVARANJE	ZATVARANJE
KAMP UVALA SLANA	SELCE	11.6.2021.	19.9.2021.
KAMP SELCE	SELCE	2.4.2021.	3.10.2021.
KAMPIRALIŠTE KAČJAK	DRAMALJ	2.4.2021.	3.10.2021.

Na području Rivijere Crikvenice posluje i velik broj objekata kategoriziranih kao "Druge vrste – skupina kampovi". Između ostaloga, tu spadaju bivša odmarališta koja više ne postoje kao takva i morala su se prekategoriirati u "Druge vrste – skupina kampovi". Osim bivših odmarališta, u tu vrstu smještaja spadaju objekti u vlasništvu obrta i poduzeća (kategorizirani kao apartman, studio apartman, soba za iznajmljivanje, kuća za odmor – npr. Sobe i restoran "Dramalj" ("Crv" d.o.o.), te Sobe za iznajmljivanje "Kačjak" i mnogi drugi). Tu spadaju mali obrti i poduzeća sa svojim smještajnim jedinicama, ali i hosteli i prenoćišta, odmaralište za djecu ("Trešnjevka"), te „Thalassotherapie Crikvenica“. Ta vrsta smještaja s 3.574 ležaja zauzima 8,55 % u ukupnome broju kapaciteta. Prosječna popunjenost u 2021. godini iznosi 53 dana, a boravak gostiju traje prosječno 6 dana. U ukupnome broju noćenja objekti te vrste sudjeluju s udjelom od 11,11 %, a bilježe 78,64 % više noćenja nego u 2020. godini.

Turistički promet po odredištima

Gledajući ostvarenja turističkog prometa u 2021. godini prema turističkim mjestima koja obuhvaća TZG Crikvenice, najveći broj dolazaka i noćenja je ostvarila Crikvenica.

Na području mjesta Crikvenica ostvareno je ukupno 139.179 dolazaka i 839.135 noćenja, što je 50,83 % više dolazaka i 36 % više noćenja u odnosu na 2020. godinu. Najveći broj noćenja u Crikvenici tradicionalno ostvaruju Nijemci s udjelom od visokih 30,79% u ukupnim noćenjima, nakon njih su Hrvati s udjelom od 21,85%, a slijede ih Austrijanci sa 8,13 % udjela. Nakon Crikvenice, po broju ostvarenih noćenja, slijedi mjesto Selce s 82.459 dolazaka i 459.896 noćenja, što je 63,37 % više dolazaka i 43,36 % više noćenja u odnosu na 2020. U Selcu je najveći broj gostiju iz Hrvatske (30,23 %) te iz Njemačke (21,21%).

Dramalj je u 2021. godini ostvario 35.378 dolazaka i 272.492 noćenja, što je za 38,54 % više dolazaka i 25,33 % više noćenja u odnosu na 2020. Najveći udio ostvarili su gosti iz Njemačke (29,08 %) i Hrvatske (26,57 %).

Jadranovo je, kao najmanje turističko mjesto rivijere, ostvarilo 14.060 dolazaka i 146.297 noćenja, što je 34,79 % više dolazaka i 9% više noćenja u odnosu na 2020. Najviše noćenja ostvarili su uvjerljivo Nijemci (29,95 %) i Hrvati (29,30 %).

U ukupnome broju noćenja na području Rivijere Crikvenice mjesto Crikvenica ostvaruje 48,84 %, Selce 26,77 %, Dramalj 15,86 %, a Jadranovo 8,52 %.

MJESTO	DOLASCI 2021.	DOLASCI 2020.	INDEKS DOLASCI '21./'20.	NOĆENJA 2021.	NOĆENJA 2020.	INDEKS NOĆENJA '21./'20.
CRIKVENICA	139.179	92.278	150,83	839.135	617.052	135,99
DRAMALJ	35.378	25.537	138,54	272.492	217.416	125,33
JADRANOVO	14.060	10.431	134,79	146.297	134.210	109,01
SELCE	82.459	50.474	163,37	459.896	320.787	143,36
UKUPNO	271.076	178.720	151,68	1.717.820	1.289.465	133,22

Udio noćenja prema dobnim skupinama

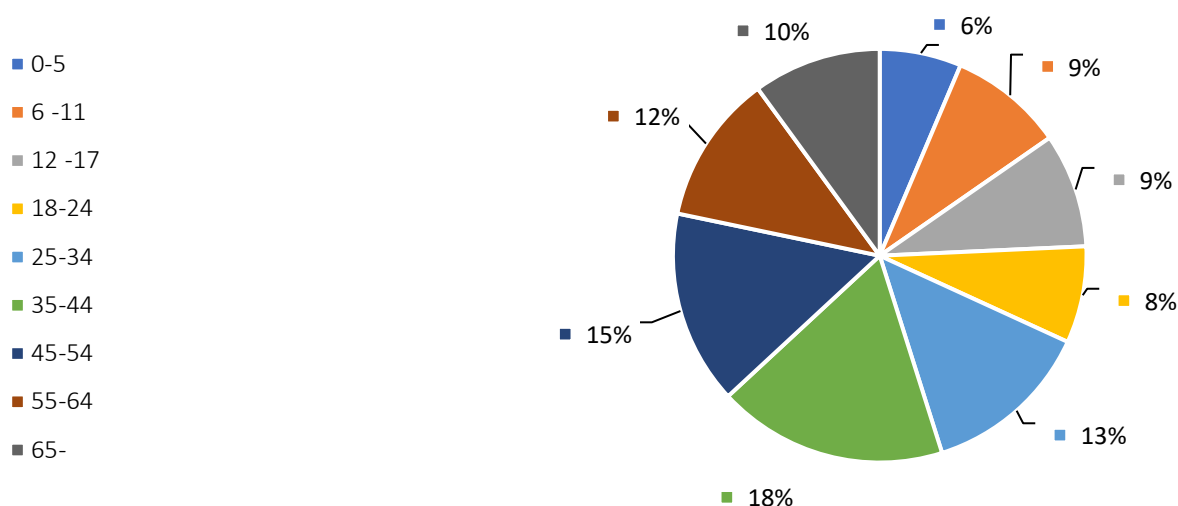
Različite dobne skupine imaju različite životne interese, a tako je i kada je putovanje u pitanju.

U nastavku je analiza broja noćenja na Rivijeri Crikvenici po dobnim skupinama tijekom 2021. godine.

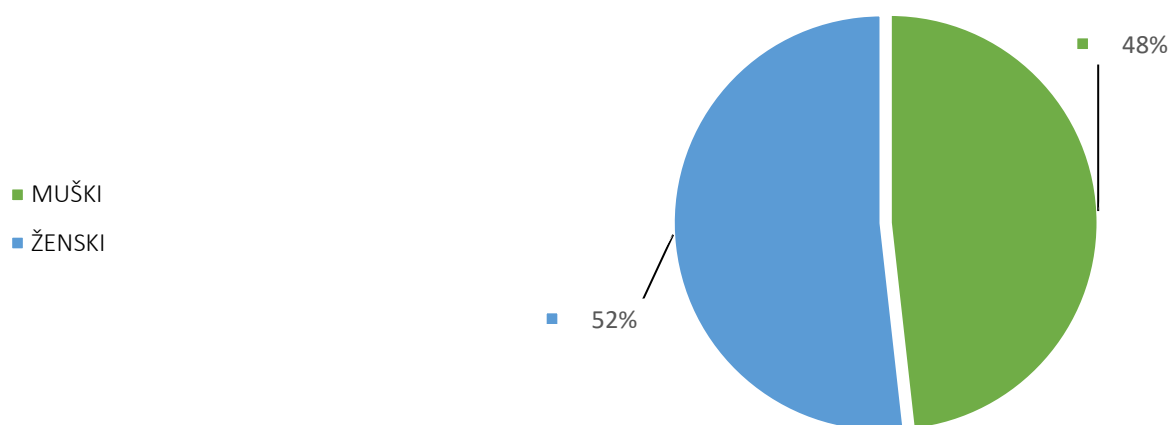
Može se primjetiti da su ove godine najviše putovali turisti starosti od 25 – 54 godine.

TURIST STAROST	BROJ NOĆENJA 2021.	BROJ NOĆENJA 2020.	INDEKS 2021./2020.	UDIO U %
0 - 5	109.002	87.129	125,10	6,39
6 - 11	152.920	114.843	133,16	8,90
12 - 17	152.396	112.361	135,63	8,87
18 - 24	129.547	98.109	132,04	7,54
25 - 34	227.949	175.575	129,83	13,27
35 - 44	308.245	242.264	127,24	17,95
45 - 54	260.890	195.718	133,30	15,19
55 - 64	201.614	144.147	139,87	11,74
65 -	175.257	119.319	146,88	10,2
Ukupno	1.717.820	1.289.465	133,24	100,00

Raspodjela turista po dobnim skupinama



Udio noćenja u % po spolu 1.1. - 31.12.2021.



Dinamika turističkog prometa po mjesecima

U 2021. godini neusporedivo je promatrati parametre sezonalnosti i uspoređivati ih sa ostalim odredištima i prethodnim godinama kao što je to uobičajeno u normalnim okolnostima. Inače je u svijetu kod ljetnih odredišta uobičajeno mjeriti zimsko-ljetnu sezonalnost kroz usporedbu broja gostiju u siječnju i kolovozu. Hrvatska je zemlja s najvećom sezonalnošću u Europi. Crikvenički indeks sezonalnosti u komercijalnom smještaju je ove godine izrazito visok - 291, što znači da je u kolovozu bilo 291 puta više noćenja gostiju nego u siječnju. U 2020. godini taj je broj iznosio 102, a u 2019. godini taj broj je iznosio 156. Najveći ovogodišnji broj noćenja zabilježen je 3.8.2021., kada je na području Rivijere Crikvenice boravilo 25.533 gostiju.

Bez obzira na činjenicu što smo po indeksu sezonalnosti bolji od nekih jakih destinacija na Kvarneru, ovi podatci nam pokazuju da Rivijera Crikvenica još uvijek ima lošu strukturu smještaja te nas vesele sve

nove investicije i ulaganje u kvalitetu i sadržaj. Hoteli čine neku sredinu najmanje ovisnu o sezonalnosti, a isto čine i marine. Nažalost, Crikvenica ima relativno mali broj kreveta u hotelskome smještaju (16,66 % udjela), a marinu nemamo. 2016. se započelo s rekatégorizacijom hotela u sklopu hotelskoga poduzeća "Jadran" d.d., a nastavilo se i u narednim godinama, što je nužan preduvjet kako bi sezonalnost bila manja. U 2017. je otvoren i obnovljeni hotel „Crikvenica“, koji je naposljetku dobio 4 zvjezdice. Ove godine je otvoren hotel „Miramare“ koji očekuje 5 zvjezdica. Iako se u nekim objektima uložilo u wellness sadržaje, što izrazito nedostaje našoj Rivijeri, i dalje se oni ne koriste kao mamac za dolaske turista van sezone. Izrazito je velik udio obiteljskoga smještaja (61,76 %), koji je vrlo podložan sezonalnosti.

Dinamika turističkog prometa po mjesecima 1.1. – 31.12.2021.

Mjesec	Noćenja domaći 2021	Noćenja domaći 2020	Indeks noćenja domaći	Noćenja strani 2021	Noćenja strani 2020	Indeks noćenja strani	Noćenja ukupno 2021.	Noćenja ukupno 2020.	Indeks noćenja ukupno
SIJEČANJ	1.667	2.202	75,70	757	3.154	24,00	2.424	5.356	45,26
VELJAČA	1.678	3.724	45,06	978	3.450	28,35	2.656	7.174	37,02
OŽUJAK	3.183	4.033	78,92	2.103	3.633	57,89	5.286	7.666	68,95
TRAVANJ	3.391	5.307	63,90	3.614	1.779	203,15	7.005	7.086	98,86
SVIBANJ	6.708	6.804	98,59	12.268	4.708	260,58	18.976	11.512	164,84
LIPANJ	60.586	34.119	177,57	100.186	69.635	143,87	160.772	103.754	154,95
SRPANJ	143.042	124.649	114,76	430.780	344.086	125,20	573.822	468.735	122,42
KOLOVOZ	157.743	164.154	96,09	548.533	383.675	142,97	706.276	547.829	128,92
RUJAN	44.991	48.131	93,48	154.369	57.408	268,90	199.360	105.539	188,90
LISTOPAD	8.244	9.187	89,74	18.833	6.181	304,69	27.077	15.368	176,19
STUDENI	3.835	3.961	96,82	2.770	2.507	110,49	6.605	6.468	102,12
PROSINAC	2.593	1.804	143,74	4.968	1.174	423,17	7.561	2.978	253,90
UKUPNO	437.661	408.075	107,25	1.280.083	881.390	145,23	1.717.820	1.289.465	133,22

Nekomercijalni smještaj

U 2021. godini ostvareno je 283.185 noćenja, a od toga 222.975 noćenja u kućama i stanovima za odmor, tj. 28,51 % više nego u 2020. godini. Prijatelji i rodbine, vlasnika izvorne stare obiteljske kuće te sezonskih radnika prijavljenih u kućama/stanovima stanovnika i ostalim objektima ostvarili su 60.210 noćenja.

Zaključak

Kada se zbroji komercijalni i nekomercijalni smještaj, u 2021. godini, ukupno je ostvareno 1.717.820 noćenja i 271.076 dolazaka.

Otkad je u upotrebi sustav eVisitor, obrada podataka na nacionalnoj i regionalnoj razini sadržava objedinjeno nekomercijalni i komercijalni smještaj pa je i ovo izvješće obrađeno na isti način.

Vrsta smještaja	Države - TOP 5	Noćenja 2021	Noćenja 2020	Udio u % u ukupnim noćenjima 2021.	Dolasci 2021	Dužina boravka u danima	Broj kreveta	Iskorištenost kreveta po danima
Hoteli	Hrvatska	82,465	57,246	4.80	24,551	3		
	Njemačka	64,013	40,501	3.73	12,390	5		
	Austrija	46,061	15,179	2.68	10,885	4		
	Mađarska	27,611	12,774	1.61	6,658	4		
	Češka	18,465	16,248	1.07	3,318	6		
	Ostali	85,576	55,496	4.98	20,800	4		
	Ukupno	324,191	197,444	18.87	78,602	4	4,505	72
Kampovi	Slovenija	30,527	22,295	1.78	6,473	5		
	Njemačka	22,287	7,225	1.30	4,897	5		
	Hrvatska	13,728	5,817	0.80	3,237	4		
	Austrija	4,734	1,347	0.28	1,138	4		
	Češka	4,772	1,727	0.28	1,002	5		
	Ostali	19,293	5,878	1.12	4,419	4		
	Ukupno	95,341	44,289	5.55	21,166	5	2,157	44
Obj. U domaćin.	Njemačka	335,306	275,182	19.52	39,759	8		
	Hrvatska	112,300	103,226	6.54	23,019	5		
	Mađarska	63,078	33,511	3.67	12,011	5		
	Češka	53,118	38,617	3.09	8,106	7		
	Poljska	51,071	41,629	2.97	7,083	7		
	Ostali	209,337	139,123	12.19	34,526	6		
	Ukupno	824,210	631,288	47.98	124,504	7	14,537	57
Ostali	Hrvatska	70,332	45,893	4.09	13,880	5		
	Njemačka	31,263	22,916	1.82	4,328	7		
	Češka	13,245	6,578	0.77	2,024	7		
	Mađarska	12,614	4,185	0.73	2,852	4		
	Slovenija	11,004	6,540	0.64	2,034	5		
	Ostali	52,442	20,752	3.05	9,158	6		
	Ukupno	190,900	106,864	11.11	34,276	6	3,574	53
Nekomercijalni	Hrvatska	158,886	195,893	9.25	4,104	39		
	Slovenija	38,525	49,165	2.24	2,013	19		
	Njemačka	26,096	22,670	1.52	2,132	12		
	Srbija	12,717	5,302	0.74	658	19		
	Bosna i Hercegovina	12,157	8,111	0.71	1,116	11		
	Ostali	34,797	28,439	2.03	2,501	14		
	Ukupno	283,178	309,580	16.48	12,524	23	17,068	17
SVEUKUPNO		1,717,820	1,289,465	100.00	271,072	6	41,841	41



1.

Izvorni prihodi – 3.690.289,40 kn

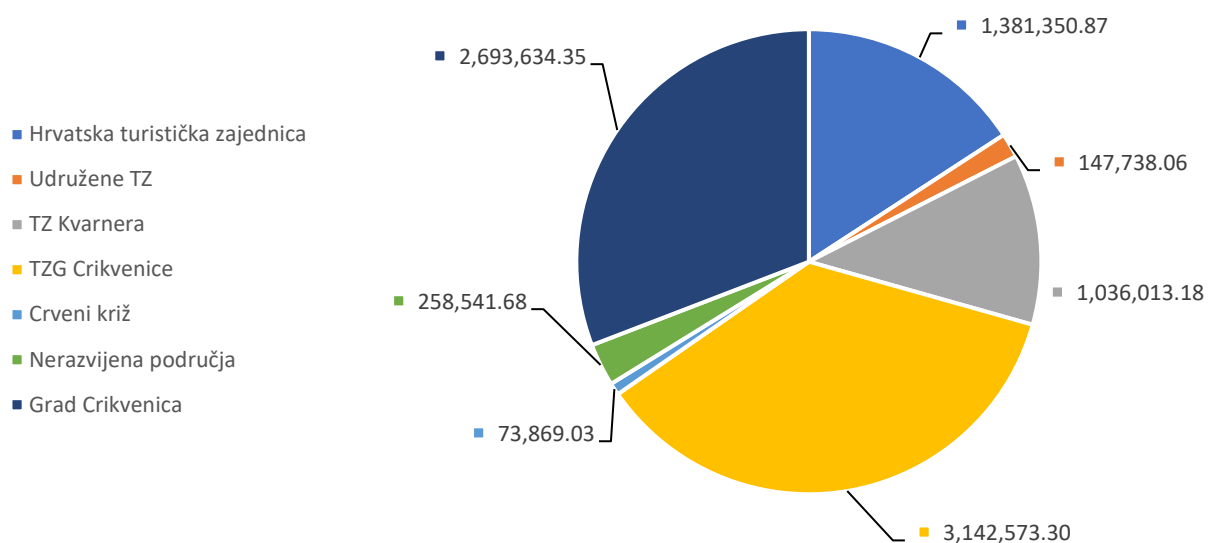
1.1.

Prihodi od turističke pristojbe – 3.178.848,99 kn

Prihod od turističke pristojbe u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi = 3.178.848,99 kn što je iznos turističke pristojbe koji je uplaćen na redovni račun TZG do 31.12. i razlikuje se od iznosa u Izvješću koji je dobiven iz eVisitora i koji je u bruto iznosu uplaćen na podračunu boravišne pristojbe u HNB, također do 31.12. i vidljiv na redovnom računu 1.1.2022.

Prihod od turističke pristojbe, prema sustavu eVisitor, u 2021. godini iznosi netto – 3.142.573,30 kn, a tablica Izvješće o naplati turističke pristojbe za razdoblje od 1. siječnja 2021. do 31. prosinca 2021. godine sastavni je dio ovog izvješća. S obzirom na posljedice koje je pandemija uzrokovana COVID-19 virusom prouzročila u turističkom sektoru, Ministarstvo turizma i sporta donijelo je i ove godine Pravilnik o odgodi ili oslobađanju od plaćanja turističke pristojbe, kojim su pružatelji usluga smještaja u domaćinstvu oslobođeni plaćanja turističke pristojbe za pomoćne krevete te im je paušalna turistička pristojba umanjena za 50%. Pad broja dolazaka i noćenja na području Rivijere Crikvenica te oslobođenje obveza dijela plaćanja turističke pristojbe uzrokovao je i veliki pad prihoda po osnovi turističke pristojbe Turističke zajednice Grada Crikvenice.

Raspodjela uplate turističke pristojbe u razdoblju 1.1. - 31.12.2021. (kn)



Od planiranoga iznosa po osnovi turističke pristojbe je do 31.12.2021. godine uprihodovano neto 3.142.573,30 kn, a 30 % je prema Zakonu iz 2020. godine direktno uplaćeno Gradu Crikvenici. Bruto iznos turističke pristojbe uprihodovan 2021. godinu je 7.386.903,03 kn.

Od ukupnog iznosa turističke pristojbe u Crikvenici je uprihodovano bruto 3,593.169,54 kn, u Dramlju 1,081.900,75 kn, u Jadranovu 349.758,20 kn te u Selcu 2,362.074,54 kn.

Od ukupnog iznosa uplata turističke pristojbe, 33,93 % uplata se odnosi na objekte u domaćinstvu, 34,61 % na hotelski smještaj, 17,07 % na ostale ugostiteljske objekte za smještaj, 9,71 % na kampove, a 4,69 % na nekomercijalni smještaj.

Turistička pristojba – prethodne godine

U 2021. godini za potraživanja nenaplaćene turističke pristojbe zadužena je Turistička inspekcija pri Ministarstvu turizma i sporta. Nažalost, niti u 2021. godini nije bilo suradnje sa inspektoratom. U nekoliko navrata slali smo zahtjev za dostavu podataka o poduzetim radnjama spram dužnika, ali niti na jedan zahtjev nismo dobili odgovor. Vlastitim snagama intenzivno radimo na naplati dugovanja, slanju opomena i sl., ali nadamo se da će i inspektorat nastaviti slati Rješenja obveznicima i samim time pomoći nam u naplati nastalih dugovanja. Neka dugovanja će se morati riješavati uz pomoć odvjetničke kuće.

Zaduženje i naplata turističke pristojbe po vrstama objekata (bruto) za razdoblje 1.1. – 31.12.2021.

Vrsta objekta	Zaduženje 2021.	Zaduženja 2020	Indeks zaduženja 21/20	Uplata 2021.	Uplata 2020.	Indeks uplata 21/20	Udio uplata po objektima 2021.
HOTELI	2.605.910,00	1.579.172,00	165,02	2.556.460,18	1.578.014,26	151,62	34,61
KAMPOVI	717.278,00	401.741,13	178,54	717.278,00	329.073,00	178,54	9,71
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	2.561.788,00	2.609.485,00	98,17	2.506.046,29	2.006.250,57	100,05	33,93
OST.UGOST.OBJ. ZA SMJ.	1.350.679,00	806.078,00	167,56	1.260.991,15	782.056,47	150,37	17,07
NEKOMERCIJALNI SMJ.	370.494,00	350.077,00	105,83	346.006,30	344.127,41	97,25	4,69
UKUPNO	7.606.149,00	5.746.553,13	132,36	6.806.011,71	7.386.903,03	135,05	100,00

Turistička pristojba - uplata po mjesecima (neto)

Mjesec	Naplata BP (neto) 2021.	Naplata BP (neto) 2020.	Indeks 21./20.
SIJEČANJ	16.369,86	43.832,16	37,35
VELJAČA	9.524,21	23.198,86	41,05
OŽUJAK	8.391,72	13.824,81	60,70
TRAVANJ	15.764,74	1.789,63	880,89
SVIBANJ	23.617,77	6.305,07	374,58
LIPANJ	98.646,49	60.650,49	162,65
SRPANJ	634.850,79	309.286,99	205,26
KOLOVOZ	991.080,94	770.908,86	128,56
RUJAN	845.927,06	524.015,60	161,43
LISTOPAD	251.725,58	390.184,52	64,51
STUDENI	105.688,91	263.541,29	40,10
PROSINAC	140.985,23	54.411,50	259,11
UKUPNO	3.142.573,30	2.461.981,90	135,07

*U 2021. godini 30% je već direktno uplaćeno Gradu Crikvenici sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi.

Jadran d.d.

Godine 2010. smo prijavili tražbinu nakon otvaranja stečajnog postupka nad poduzećem "Jadran" d.d. Tražbina nam je nakon priznavanja i triju sudskih sporova koja je TZG imala s "Jadranom" priznata u ukupnome iznosu od 3,737.816,27 kn. Program rada, odnosno Financijski plan za 2017. godinu, nije uključio planiranje prihoda po osnovi uplate od boravišne pristojbe i turističke članarine od Hotelskoga poduzeća "Jadran" iz prethodnih godina.

Temeljem Sporazuma o nagodbi, priznata nam je tražbina u iznosu od 3,737.816,27 kn, koja uključuje boravišnu pristojbu, turističku članarinu, zateznu kamatu i dio troškova triju sudskih postupaka.

Hrvatska država je donijela odluku da svoja potraživanja pretvori u vlasničke udjele, kao i jedan dio vjerovnika. Budući da je predloženi stečajni plan sadržavao namjeru da se potraživanja vjerovnika riješe na način da se sva potraživanja pretvore u udjele, zatražili smo mišljenje Ministarstva turizma možemo li iznimno od odredbi Zakona svoja potraživanja pretvoriti u udjele te smo dobili pozitivno mišljenje. Skupština TZG Crikvenice je na svojoj 5. sjednici donijela odluku o pretvaranju potraživanja u udjele, i to: 80 % potraživanja TZG Crikvenice pretvoreno je u dionice "Jadrana", a 20 % tražbine je bilo otpisano. Nakon završetka stečaja, TZG Crikvenice ima obvezu prodati udjele čim se za to steknu uvjeti.

Trenutno je TZG Crikvenice upisana kao vlasnik 299.025 dionica "Jadrana" d.d. Crikvenica. Međutim, prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, dionice treba podijeliti na 4 institucije. Naime, radi se o bruto iznosu boravišne pristojbe, koja se dijeli na TZG Crikvenice, HTZ, TZ Kvarnera i Hrvatski crveni križ. Hrvatskoj turističkoj zajednici predložili smo da se napravi sporazum kojim ćemo definirati pojedinačne udjele, kako bismo dionice mogli i knjigovodstveno voditi u bilanci. HTZ je preuzela na sebe obvezu da napravi prijedlog sporazuma. Od HTZ-a smo u 2019. godini dobili prijedlog navedenoga sporazuma, međutim do danas nisu poduzeli daljnje korake vezane za podjelu dionica "Jadrana" na sve korisnike te njihovu potencijalnu prodaju.

Mirovinski fondovi PBZ CO i Erste preuzeli su u svibnju ove godine 70,74 % udjela u crikveničkom „Jadranu“, a na izvanrednoj glavnoj skupštini izabran je novi Nadzorni odbor te turističke tvrtke, koji je potom za novog predsjednika Uprave izabrao Gorana Fabrisa. Mirovinski fondovi PBZ CO d.d. i Erste d.o.o. za 199,8 milijuna kuna preuzeli su 70,74 % dionica crikveničkog „Jadrana“ te će ga dokapitalizirati s 200 milijuna kuna, a ukupno investirati 450 milijuna kuna.

Središnje klirinško depozitorno društvo dostavilo je dana 28. lipnja 2018. godine TZG Crikvenice Obavijest o objavi ponude za preuzimanje dioničkog društva i Ponudu za preuzimanje trgovačkog društva „Jadran“, dioničko društvo za hotelijerstvo i turizam, mirovinskih fondova:

- PBZ Croatia osiguranje obvezni mirovinski fond – kategorija A,
 - PBZ Croatia osiguranje obvezni mirovinski fond – kategorija B,
- zastupano po PBZ Croatia osiguranje d.d. za upravljanje obveznim mirovinskim fondovima i
- Erste Plavi obvezni mirovinski fond kategorije B,
 - Erste Plavi obvezni mirovinski fond kategorije A,

zastupano po ERSTE d.o.o. – društvo za upravljanje obveznim i dobrovoljnim mirovinskim fondovima. Mirovinski fondovi PBZ Croatia osiguranje d.d. i ERSTE d.o.o. su kupnjom trgovačkog društva „Jadran“ d.d. u iznosu od =199,839.916,00 kn preuzeli 70,74 % dionica, odnosno 34,754.768 dionica po cijeni od 5,75 kn po dionici te imaju obvezu provedbe dokapitalizacije od =200,000.000,00 kn.

Stečajnim planom trgovačkog društva „Jadran“ d.d. za hotelijerstvo i turizam dio potraživanja TZG Crikvenice prema trgovačkom društvu „Jadran“ d.d. u iznosu od =2,990.253,02 kn su pretvorena u udio u kapitalu trgovačkog društva, čime je TZG Crikvenice stekla 299.025 dionica nominalnog iznosa 10,00 kn po dionici, odnosno 0,64 % udjela u kapitalu trgovačkog društva „Jadran“ d.d.

U ponudi za preuzimanje trgovačkog društva „Jadran“ d.d. koja je dostavljena TZG Crikvenice, ponuditelj se obvezao platiti iznos od 5,75 kn za svaku dionicu, koja je predmet Ponude za preuzimanje te koja udovoljava uvjetima Ponude za preuzimanje. Sukladno mišljenju Ministarstva turizma i sporta RH, TZG Crikvenice ima obvezu udjele u kapitalu trgovačkog društva „Jadran“ d.d za hotelijerstvo i turizam unovčiti čim se za to steknu uvjeti.

Turističko vijeće TZG Crikvenice je na 4. sjednici Turističkog vijeća TZG Crikvenice, održanoj 10. srpnja 2018. godine, donijelo Odluku kojom TZG Crikvenice neće prihvatiti ponudu ponuditelja u iznosu od 5,75 kn jer takvom prodajom ne podmiruje svoja potraživanja te će udjele u kapitalu trgovačkog društva „Jadran“ d.d. za hotelijerstvo i turizam unovčiti čim se za to steknu uvjeti.

3.10.2018. smo od Središnjeg klirinškog depozitarnog društva dobili obavijest o upisu spajanja vrijednosnica te prema novom stanju u posjedu imamo 99.675 dionica Jadrana d.d. Crikvenica bez nominalne vrijednosti (vrijednost 31-12-2021- je iznosila 1.405.417,50 kn).

U 2011. je otvoren stečajni postupak nad hotelom "Marina" te smo u zakonskome roku prijavili tražbinu u iznosu od 446.988,45 kn, od čega 330.253,39 kn po osnovi boravišne pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zateznih kamata na boravišnu pristojbu i 61.253,90 kn po osnovi turističke članarine. Ta tražbina nam je također priznata, no nema naznaka da bi se uskoro mogla i naplatiti te nije ni uključena u plan. Angažirali smo odvjetničku kuću da provjeri status predmeta te smo im dali punomoć da izvrše uvid u spis. Od njih smo dobili informaciju da šansa za naplatu tražbine TZG Crikvenice kao tražbine drugog višeg isplatnog reda nije velika, budući da je sva vrijednija imovina stečajnog dužnika (nekretnine) opterećena različitim pravom te ovisi primarno o cijeni koja bude postignuta za nekretnine. Stečajni postupak je u fazi prodaje imovine stečajnog dužnika te ćemo biti izviješteni ukoliko bude sredstava za namirenje cjelokupne ili dijela priznate tražbine. Hotel „Marina“ u međuvremenu je prodan, a novi vlasnik uredno podmiruje svoje obveze.

U kolovozu 2015. otvorena je predstečajna nagodba hotela "Selce". Prijavili smo tražbinu u iznosu od ukupno 422.154,42 kn, od čega se 359.191,75 kn odnosi na glavnica, a 62.962,67 kn na kamate. Tražbina je priznata u cijelosti rješenjem od 24.10.2014. Nakon što je "Hotel Selce" d.o.o. promijenio ime u "ARM-PAA" d.o.o. pripojio se "Anagori", a "Anagora" društvu "SENSIUM PROJEKT" d.o.o., situacija je sljedeća: "SENSIUM PROJEKT" nema računa pa nije blokiran, stečajni postupak nad "Hotelima Selce" (pod nazivom "ARM-PAA") je obustavljen, dakle, oni postoje, ne rade, nisu u stečaju niti u predstečaju. Naplata je vrlo upitna. Zahtjevi za naplatu poslani su na Carinsku upravu. Carinska uprava poslala je rješenja o naplati. 28.8.2019. Carinska uprava je donijela službenu bilješku o otpisu duga. Nakon urgiranja našeg odvjetničkog društva, 18.3.2020. je Carinska uprava stavila službenu bilješku van snage jer je ustanovljeno da ipak postoji pravni slijednik: tvrtka Verno Sole d.o.o., te je pokušaj naplate nastavljen, iako je naplata realno gotovo nemoguća. Dana 18.3.2020. Područni carinski ured Rijeka

nastavio je sa prislinom naplatom za tvrtku Hotel Selce d.o.o. a na ime pravnog slijednika Verno Sole d.o.o. Dana 26.6.2020. Fina je Carinskom uredu dostavila odgovor da je predmetna tvrtka evidentirana u očevidnik redosljeda osnova za plaćanje te se nalazi na 25. mjestu. Obveze u redosljedu prije ove osnove iznose 1.505.514,18 kn. Vezano uz predmet u suradnji smo s Carinskom upravom i našim odvjetničkim društvom. Hotel „Selce“ uredno podmiruje svoje obveze. Od 2018. godine su počeli s uplatama te su nastavili i u 2021. godini, dok je naplata potraživanja iz prethodnih godina pod velikim znakom pitanja. Za ova dva slučaja "Izgradnja" - "Selce" angažirali smo odvjetnike koji smatraju da nemamo realne mogućnosti za naplatu.

Suradnja s turističkom inspekcijom pri Ministarstvu turizma i sporta je do ožujka 2020. godine bila vrlo dobra, komunikacija svakodnevna, a njihova aktivnost odlična. Nakon ožujka 2020. inspekcija nas niti jednom nije kontaktirala, rješenja se ne izdaju, a na zahtjeve za naplatu ne dobivamo povratne odgovore. Od travnja 2019. godine, kontrolu i naplatu boravišne pristojbe te kontrolu obveznika općenito preuzima Turistička inspekcija pri Ministarstvu turizma i sporta. Svi dužnici, zaključno s dužnicima za 2018., poslani su Carini, veliki dio prethodnih godina su obradili i naplatili, dok su predmeti koji su ostali otvoreni preuzeti od strane Turističke inspekcije.

Razlika od Carinske uprave je što Turistička inspekcija ne može zatražiti ovrhu, već donosi Rješenje o naplati, nakon čega ga dostavlja Turističkoj zajednici, a Turistička zajednica podnosi zahtjev za ovrhu direktno Financijskoj agenciji. Do sada smo dobili 2 takva Rješenja.

Nažalost, kod nekih slučajeva kao što je hotel "Selce" ni carina nije mogla naplatiti dugovanje te smo predmet dali odvjetnicima na postupanje. Upravljanje hotelom "Selce" je u 2017. preuzela tvrtka "Natali tour" d.o.o., nastavila je poslovanje te sada plaćaju tekuće obveze.

1.2.

Prihodi od turističke članarine – 511.440,41 kn

Prihod od turističke članarine u tablici Financijsko izvješće o realizaciji iznosi =511.440,41 kn što je iznos turističke članarine koji je uplaćen na redovni račun TZG do 31.12. i razlikuje se od iznosa u Izvješću koji je dobiven iz sustava Prijava turista i koji je u bruto iznosu uplaćen na Podračunu turističke članarine u HNB, također do 31.12.2021. i vidljiv na redovnom računu 1.1.2022.

Ukupno neto uprihodovana turistička članarina u 2021. godini iznosi **511.440,41 kn**.

Prema novom Zakonu o turističkoj članarini, turistička članarina za objekte u domaćinstvu plaća se u paušalnom iznosu (kao i u 2020. godini i u 2021. godini ona iznosi 22,50 kune po glavnom ležaju – smanjena je za 50% zbog pandemije) te ne ovisi više o ostvarenom prometu.

Turistička članarina- uplata po mjesecima (neto)

Mjesec	Naplata TČ (neto) 2021.	Naplata TČ (neto) 2020.	Indeks '21./'20.
SIJEČANJ	58.594,11	38.577,35	151,89
VELJAČA	31.488,42	97.088,04	32,43
OŽUJAK	46.121,56	32.006,96	144,10
TRAVANJ	40.382,60	20.429,76	197,67
SVIBANJ	49.673,55	18.785,91	264,42
LIPANJ	39.442,16	23.570,46	167,34
SRPANJ	46.539,84	48.101,03	96,75
KOLOVOZ	45.885,00	64.273,75	71,39
RUJAN	43.955,00	121.668,58	36,13
LISTOPAD	31.936,62	84.348,73	37,86
STUDENI	28.641,09	68.963,38	41,53
PROSINAC	48.780,46	59.043,74	82,62
UKUPNO	511.440,41	676.857,69	75,56

2.

Prihodi iz proračuna / grada / županije i državnog proračuna

Realizacija: 550.000,00 kn

3.

Prihodi od sustava turističkih zajednica

Ostvaren je prihod od TZ Kvarnera za sudjelovanje u projektu Arca Adriatica te refundacije od TZG Novi Vinodolski i TZ Vinodolske općine za zajednički projekt outdoora i realizacije zajedničke strategije razvoja turizma.

Realizacija: 296.252,52 kn

4.

Prihodi iz EU fondova

Nisu planirani ni realizirani.

5.

Prihodi od gospodarske djelatnosti

Tu su realizirani prihodi od zakupa i iznajmljivanja imovine – za poslovni prostor i bankomate, prihodi od refundacija za zakup javne površine, prihod od šteta od osiguranja, prihod od refundacija za dodatno zdravstveno osiguranje i prihod od kotizacija za Plivački maraton Šilo – Crikvenica.

Realizacija: 170.009,32 kn

6.

Preneseni prihodi iz prethodne godine

Realizacija: 281.848,56 kn

7.

Ostali prihodi

Realizacija: 20.815,56 kn

Sveukupno prihodi – 5.009.215,36 kn

Višak prihoda tekućeg razdoblja – 325.680,15 kn

Ostvareni višak 2021. godine iznosi 325.680,15 kn. U naredni rebalans ugradit ćemo i višak iz razdoblja prije 2021. godine koji se prema novoj metodologiji treba prikazivati na ovoj stavci, au iznosu od 2.980.633,82 kn.

1.

Istraživanje i strateško planiranje – 130.501,50 kn

1.1.

Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski, Vinodolska općina te njihove tri TZ su 2018. pristupili izradi Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere (CVR). U okviru izrade strategije je odrađen čitav niz aktivnosti, terensko istraživanje, anketiranje, radionice... Strategija je na gradskim i općinskom vijeću svih triju JLS te na turističkim vijećima i skupštinama sve tri TZ usvojena tijekom travnja 2019.

Krajem studenog 2019. godine tri turističke zajednice sklopile su sporazum o suradnji turističkih zajednica, a taj sporazum naslijedio je sporazum o udruživanju turističkih zajednica koji je sklopljen 18.2.2020. godine te su se turističke zajednice projektno udružile temeljem novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Aktivnosti na provođenju programa/projekata koordinira Turistička zajednica Grada Crikvenice.

Aktivnosti koje ćemo provoditi u okviru Sporazuma o udruživanju definirane su u Strategiji razvoja turizma CVR 2019. – 2029.

Kroz strategiju je definirana vizija turističkog razvoja CVR koja glasi: Dinamična rivijera rekreacije i zdravlja – destinacija ubrzanog turističkog razvoja fokusirana na pružanje globalno konkurentnih visokokvalitetnih iskustava odmora, rekreacije i zdravlja u granicama nosivog kapaciteta prostora. Osnovni ciljevi razvoja turizma do 2029. godine su unapređenje kvalitete, produljenje sezone i podizanje prepoznatljivosti. Definirana je proizvodna koncepcija rivijere i sustav turističkih proizvoda rivijere koji se dijele na 1. proizvode odmora – Relax (sunce, more i ruralni), Outdoor, Zdravlje i Kultura; 2. proizvode posebnih interesa – Sport, Djeca i Romantika te 3. proizvode poslovnog turizma – Posao.

U okviru strategije izradio se je i akcijski plan koji definira 12 složenih programa, svaki s većim brojem aktivnosti koje je potrebno implementirati. Programi su raspoređeni u tri strateške cjeline – unapređenje upravljanja turizmom, unapređenje kvalitete i unapređenje iskustva gosta. Jedan od ključnih zadataka je uspostavljanje učinkovitog integriranog destinacijskog upravljanja turizmom na rivijeri. Oformilo se je koordinacijsko tijelo koje čine čelnici lokalnih samouprava i direktori TZ-a, a koje je zaduženo za koordinaciju razvoja kao i kontrolu provedbe svega onoga što će se na razvojnom planu u turističkom smislu odvijati na Rivijeri. Radi se o jako puno koordinacije i sustavnog rada, koji međutim, osigurava da će se Rivijera razvijati u smjeru u kojem svi žele. Za svaki program akcijskog plana osnovali su se projektni timovi koji su zaduženi za rad na pojedinim temama.

Forte Rivijere je i razvoj Rivijere zdravlja. Kroz taj program organizirano je nekoliko sastanaka razvojnog tima. Predviđeno je povezivanje zdravstvene ponude s ponudom rekreacije, gastro, zdravih lokalnih proizvoda.

Nadalje, planira se unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice, aktivnosti usmjerene na interpretaciju prostora, daljnja organizacija konferencije zdravstvenog turizma CIHT koja je jedna od najjačih u Hrvatskoj.

U tu se priču uklapa i ponuda rekreacije što pretpostavlja stavljanje u funkciju nekih zona koje su predviđene prostornim planovima, a od kojih se neke i koriste, dok druge tek trebaju biti stavljene u

funkciju. Tu je i daljnji razvoj mreže staza i šetnica, bike staza na kojemu trenutno rade tri turistističke zajednice.

Kroz Strategiju je također naglašeno i daljnje inzistiranje na unapređenju ugostiteljske ponude, od gastronomske ponude do unapređenja i specijalizacije smještajne ponude do razvoja ljudskih potencijala, a iskristalizirala su se i dva značajna programa. To su razvoj agro zona i OPG-ova, kao i razvoj tematskog multifunkcionalnog parka.

Kroz ovu aktivnost predviđena je izrada strateškog i operativnog marketinškog plana kao i akcijskih planova po programima glavnog akcijskog plana. Aktivnosti će se financirati iz fonda za projektno udružene turističke zajednice na razini države i jednim dijelom iz vlastitih sredstava.

Koordinacijsko tijelo Strategije CVR održalo je u 2021. godini 4 sjednice, i to dana: 25.02.2021., 16.06.2021., 21.09.2021. i 30.12.2021.

Program 1. Plaže - Jedan od glavnih aduta u Strategiji su plaže. One su veliki potencijal rivijere te će bez obzira na razvoj ostalih segmenata ponude i dalje ostati jedan od najvažnijih proizvoda. Strategija predviđa uspostavu i uređenje sustava tematiziranih plaža. Nastavno na to tijekom ljeta 2020. godine započelo se je s izradom Projekta uređenja i upravljanja morskim plažama na području CVR. Projekt izrađuje Fakultet za turistički i hotelski menadžment. Odradilo se je anketiranje gostiju na plažama (uz pomoć turističkih zajednica i koncesionara plaža), a i iznajmljivača putem online obrasca kojeg je izradila TZG Crikvenice. Obrazac je objavljen na webu i fb stranici turističkih zajednica Crikvenice i Novog Vinodolskog. S projektom se je nastavilo te je u 2021., 30. lipnja održan i sastanak razvojnog tima za plaže na kojem im je prezentiran projekt. 05.10.2021. održana je i radionica na koju su pozvani svi zainteresirani dionici (koncesionari, nositelji konc.odobrenja, agencije, hoteli, ostali smješt.objekti, predstavnici privatnog smještaja, mjesni odbori, turistička vijeća...). Dana 7.12. organizirali smo još jednu radionicu na koju su pozvani vijećnici gradskih vijeća Grada Crikvenice i Grada Novog Vinodolskog, članovi turističkih vijeća TZG Crikvenice i TZG Novog Vinodolskog te članovi Odbora za zaštitu okoliša i prostorno planiranje Gradskog vijeća Grada Crikvenice.

Program 7. - Interpretacija prostora – Na Koordinacijskom tijelu donijeta je odluka da se započne intenzivnije s ovom aktivnošću. Turističke zajednice CVR su angažirale tvrtku koja će analizirati situaciju na terenu, identificirati resursnu osnovu te pripremiti teme za interpretaciju i predložiti hodograme. Održano je nekoliko sastanaka razvojnog tima te su pokrenute aktivnosti. Članovi razvojnog tima angažirali su se na prikupljanju informacija o: 1. Projektima i lokacijama koje su već realizirani na terenu, dakle već obrađene teme prometne i turističke signalizacije, označavanje kulturno-povijesne baštine (materijalne i nematerijalne) i dr. ako postoji, 2. Planiranim projektima, koji su već pokrenuti, ali nisu realizirani i 3. Prijedlozima za nove projekte, koji još nisu planirani, ali su od velike važnosti i trebali bi se pokrenuti u skorijoj budućnosti, ali nisu izrađeni projekti niti je poznat izvor financiranja.

Tijekom glavne turističke sezone nisu održavani sastanci. Početkom listopada su se članovi razvojnog tima ponovno sastali putem Microsoft Teamsa, te je dogovoreno da gđa Telišman Košuta nastavi s punjenjem predloženog obrasca s informacijama iz raznih izvora. Tijekom jeseni je održano još nekoliko online sastanaka. Nakon ove prve faze slijedi izlazak na teren i zajednička evaulacija. Razgovaralo se i o tome da se u rad tima treba uključiti i ostale institucije, udruge i fizičke osobe iz svake lokalne jedinice, kako bi dali doprinos ovoj bazi podataka, ali nakon što budemo imali početnu bazu podataka. Idući sastanak je dogovoren za sredinu siječnja 2022. godine.

U ovoj vrlo teškoj godini pandemija koronavirusa otkazala je modificirala ili usporila brojne aktivnosti pa je tako usporila i provedbu strategije razvoja turizma.

Troškovi realizacije uključuju:

- stručne konzultantske usluge - 125.000,00 kn
- ostalo – 514,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma, regionalna i lokalne strategije razvoja turizma.

Nositelji i partneri:

TZG Crikvenice, Grad Crikvenica, TZG Novi Vinodolski, Grad Novi Vinodolski, TZ Vinodolske Općine, Vinodolske općina

Realizacija:

125.514,00 kn

1.2.**Istraživanje i analiza tržišta****Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Praćenje trendova na tržištu i primjena dobrih iskustava drugih destinacija. Turistička zajednica će po potrebi provoditi analize tržišta, kretanja trendova, anketiranje te, po potrebi, realizirati benchmarking aktivnosti. Do 31. 12. na ovoj stavci nismo realizirali trošak.

Cilj aktivnosti:

Prikupljanje informacija temeljem kojih će biti moguće donositi kvalitetne odluke vezano za marketinške aktivnosti destinacije.

Nositelj:

TZG Crikvenice

Realizacija:

0,00 kn

1.3.**Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti****Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Turistička zajednica je angažirala agenciju koja je pratila tiskane medije, web portale, radijske i televizijske emisije, društvene mreže, te tematski grupirati medijske objave te izradila PR analizu medijskih objava.

Konstantno radimo na promociji svih naših aktivnosti kao i aktivnosti institucija, udruga, klubova i ostalih (koji nas za takvu uslugu zamole) s područja crikveničke rivijere, s ciljem da naša rivijera bude prepoznatljivija, da potaknemo još veći interes medija te da se poveća posjećenost. Do kraja godine smo na adrese medija poslali 61 medijsku objavu. Na taj način uspijevamo dobiti PR, koji itekako doprinosi unapređenju imidža destinacije. I tijekom ove godine su nas često pratile i televizijske kuće pa se možemo pohvaliti da su skoro sve naše veće manifestacije i brojne druge aktivnosti TZG Crikvenice bile popraćene televizijskim prilogom ili javljanjem uživo u program. Ove godine je ponovno zbog pandemije koronavirusa bilo manje događanja pa samim time i manje objava. Isto tako nismo sklopili ugovor s agencijom za mjesečno vođenje i analizu naših objava već smo je naručili krajem godine. I iz tih razloga je manji broj objava jer naknadno se „uhvati“ manje objava.

PR analiza koju smo dobili od "Briefing medija", koji nam rade press clipping, pokazala je sljedeće: tijekom 2021. bilo je ukupno 1.031 medijska objava o TZG Crikvenice i vezanim događanjima. Komercijalna vrijednost tih 1.218 objava iznosi 8.207.477,00 kn, a PR vrijednost 24.805.613,00 kn. Prosječno je mjesečno bilo 86 objava i dnevno 3 objave. 98% objava je pozitivnog tonaliteta. Od toga se na tisak odnosi 296 objava uz ostvarenu PR vrijednost u iznosu od 7.696.070,00 kn, 540 objava na web portalima uz ostvarenu PR vrijednost od 2.847.753,00 kn, 82 objave na televiziji uz ostvarenu PR vrijednost od 13.596.672,00 kn te 113 objava na radiju uz ostvarenu PR vrijednost u iznosu od 665.119,00 kn. 98 % svih objava je pozitivnog tonaliteta, a 2 % su neutralne. Izrazito negativnih objava nije bilo. Prema PR vrijednosti na vrhu je medij Novi list sa 6.382.668,00 kn, zatim HRT1 6.178.400,00 kn, RTL Televizija sa 5.075.600,00, novilist.hr 1.245.000,00 kn te Nova TV s 772.500,00 kn kn PR

vrijednosti. Od sadržaja/tema medijima su najzanimljivije bile Advent u Crikvenici (vjerojatno i zbog dugog razdoblja manifestacije), MIK, Rezultati i prognoze turističke sezone, Turistička burza Put, CIHT konferencija, Ribarski tjedan, Plivački maraton Šilo-Crikvenica itd.

Troškovi realizacije uključuju:

- istraživanje tržišta – medijska analiza prethodne (2020.) godine 4.987,50 kn

Cilj aktivnosti:

Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma te definiranje ciljnih tržišta i ciljnih skupina prema kojima će promocija destinacije biti usmjerena kako bi se ostvarila najbolja učinkovitost.

Nositelj:

TZG Crikvenice

Realizacija

4.987,50 kn

2.

Razvoj turističkog proizvoda – 1.357.786,83 kn

2.1.

Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Selekcija ključnih atributa destinacije s naglaskom na razvoj novih turističkih proizvoda i sadržaja te razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije.

Identifikacija i promocija takvih atributa ima dvostruku ulogu, interno pomažu gradnji specifičnog identiteta, a eksterno diferenciranju slike destinacije kod potencijalnih posjetitelja čime se podiže tržišna pozicija i vjerojatnost posjeta.

U 2021. godini radili smo na aktivnostima vezano za razvoj outdoor ponude na razini Crikveničko-vinodolske rivijere.

Krenuli smo s pripremom projekta daljnjeg razvoja outdoora na području subregije Crikvenica-Vinodol- Novi Vinodolski. Projekt smo predložili kolegama iz turističkih zajednica subregije TZ Novi Vinodolski i TZO Vinodolske općine, koji su ga prihvatili. Prihvaćena je ponuda tvrtke Promotiv iz Rijeke.

U okviru redefiniranja biciklističkih staza Crikveničko-vinodolske rivijere je odrađen višekratni obilazak terena (snimanje realnog stanja na terenu), revidiranje postojećih 6 biciklističkih ruta u dužini 310 km, kreiranje i trasiranje novih ruta, izmještanje početnih/završnih točaka ruta, određivanje lokacija (geotagiranje) za biciklističku signalizaciju (smjer, broj, kategorija), određivanje POI točaka (atrakcije, ug. objekti, servisi...), određivanje lokacija za fotografiranje, obrada tehničkih podataka, izrada visinskog profila, GPS tragova, kategoriziranje staza (MTB, trekking, cesta, family), opisni tekstovi staza (3-5 rečenica po stazi), fotografiranje na odabranim lokacijama s fotografom te priprema materijala za digitalnu i tiskanu biciklističku kartu. Trasirana je potpuno nova mreža biciklističkih staza na CVR te će se turistima ponuditi 10 novih biciklističkih ruta koje sadrže 2 cestovne, 4 trekking i 4 MTB staza, ukupne duljine od 419 km.

Odabran je izvođač za grafički dizajn karte biciklističkih staza. Krajem 2020. godine odabran je i zajednički vizual i slogan CVR te se je krenulo s dizajniranjem materijala. Outdoor brošura je tiskana na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku. Isto tako gotova je i biciklistička karta.

Također je pri kraju priprema sadržaja i materijala za Planinarske staze i šetnice na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri te će se početkom 2022. dovršiti i taj materijal. U novoj, turistima prilagođenijoj mreži

planinarskih staza i turističkih šetnica, većina je staza kružnog oblika, a obzirom na različite visinske profile svaki zaljubljenik u prirodu će pronaći stazu koja mu odgovara. Radi se o većem broju manjih kružnih planinarskih staza i šetnica prilagođenijim turistima. Neke od staza moći će se koristiti i za trail pa se time zaokružuje bogata ponuda sadržaja na otvorenom CVR.

Početkom iduće godine planira se označavanje staza za što su već prikupljene ponude.

Također se planiraju i promotivne aktivnosti vezane za projekt. U završnoj je fazi izrada zajedničke web stranice Crikveničko-vinodolske rivijere koja objedinjava ponudu sve tri TZ. Također smo snimili i zajednički video/film CVR.

Guc - "Mala barka"/"Arca Adriatica" - TZG Crikvenice je i ove godine sudjelovala u projektu kroz organizaciju „Ribarskog tjedna“ i razne sadržaje u okviru Ribarskog tjedna. U pripremi je katalog drvenih barak koji ćemo izdati zajedno s Muzejom Grada Crikvenice.

Troškovi realizacije uključuju:

- usluge održavanja – 6.000,00 kn
- usluge pisanja teksta i prijevoda – 8.889,67 kn
- usluge izrade projekta planinarske staze – 19.000,00 kn
- usluge dizajna i izrade materijala – 160.104,16 kn
- usluge izrade web stranice – 25.000,00 kn.
- usluge fotografiranja – 12.082,47 kn
- usluge izrade videa – 15.000,00 kn
- ostali troškovi - 3.811,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, doprinos očuvanju etnološkog i povijesnog nasljeđa destinacije, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje turističke sezone..

Nositelj:

TZG Crikvenice, TZG Novi Vinodolski, TZO Vinodolske općine

Realizacija:

249.887,30 kn

2.2.

Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Kreiranje marketing brendova kroz nove turističke proizvode i razvoj novih turističkih doživljaja doprinosi produženju turističke sezone i stvaranju sadržajnije i kvalitetnije ponude. Na nivou Kvarnera provode se aktivnosti brendiranja selektivnih oblika turizma u koju se svake godine uključuje i TZG Crikvenice ponudom na našem području. Kvalitetni proizvodi mogu dodatno motivirati goste za dolazak u destinaciju, a organizatorima putovanja omogućiti sigurnu bazu informacija za kreiranje aranžmana i zajedničko plasiranje programa. Pri tome, najvažniji je razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezoni.

Kvarner Family - riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja. Nadopuna postojećem sustavu kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju.

Dijelovi programa: edukacija, standardizacija, marketinško oblikovanje i certificiranje. Projekt se provodi u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom.

U 2021. godini nije bilo novih prijava iznajmljivača za oznaku Kvarner Family na području Rivijere Crikvenica. Komisija (Alenka Spoja, Danor Matejčić, Tea Car Reljac) je išla u obilazak dva puta ove godine na području Vinodolske općine. Razlog manjeg interesa ove godine je i u pandemiji virusa Covid-19, zbog kojeg su bile propisane mjere i preporuke te se preporučalo čim manje okupljanja i obilazaka u zatvorenom prostoru. Trenutno na području crikveničke rivijere imamo ukupno 46 Kvarner Family iznajmljivača, od toga je devet iznajmljivača Pet Friendly, tri Bike Friendly i tri Hike Friendly. Od te brojke je dvadesetpet iznajmljivača iz Crikvenice, osam iz Dramlja, šest iz Jadranova i sedam iz Selca dobilo oznaku "Kvarner Family".

Nastavljena je suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji – nastavak suradnje na projektu Cesta plave ribe – oznake za restorane u projektu. Troškovi realizacije uključuju edukaciju, reprezentaciju za sudionike u projektu:

- putni troškovi – 522,00 kn
- print naljepnice – 690,00 kn
- kotizacija – 800,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Podizanje kvalitete marketing brendova i turističkih proizvoda te razvoj novih turističkih doživljaja koji doprinosi produženju turističke sezone.

Nositelj:

TZG Crikvenice

Realizacija

2.012,00 kn

2.3.

Podrška razvoju turističkih događanja – 909.250.34 kn

2.3.1.

Kulturno-zabavne manifestacije - 497.339,91 kn

2.3.1.1.

Maškare

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Zbog epidemiološke situacije i važećih epidemioloških mjera koje nisu dopuštale javna okupljanja, početkom 2021. godine, donesena je odluka da se program maškaranih događanja preseli u virtualni svijet tj. da se kreira virtualna manifestacija. Turistička zajednica Grada Crikvenice pozvala je sve ljubitelje maškara na virtualno druženje putem društvenih mreža i drugih online kanala, a prvenstveno na web stranici www.maskare.net i Facebook stranici Maškare Crikvenica. Uz podršku Muzeja Grada Crikvenice i Centra za kulturu „Dr. Ivan Kostrenčić“ Crikvenica, objavljene su brojne stare fotografije čime je formiran svojevrsan foto-vremeplov s dokumentacijom iz čak 1900. godine. Osmišljena je i izrađena serija kratkih videa - *Maškarane štorije i ludorije* gdje su svoje doživljaje i običaje





komentirali zanimljivi gosti poput predstavnika udruga za narodne običaje i karnevalskih grupa, Meštar crikveničkih maškara i drugih poznavatelja maškaranih običaja i tradicije. Svi oni su svoja sjećanja podijelili i na internetskom Radiju Kaštel. U navedenim sadržajima ostvarena je suradnja s Novinet grupacijom, prvenstveno s lokalnim portalom tunera.info. Kao novi sadržaj, u cilju bolje i kvalitetnije komunikacije, kreirana je Viber zajednica ljubitelja maškara putem koje se brže i jednostavnije komuniciraju informacije vezane uz

održavanje maškara na području Rivijere Crikvenica. Glavna tradicijska događanja poput predaje ključeva grada iz ruku gradonačelnika u ruke maškara, dizanja mesopusta u centru grada, čitanja šentence i spaljivanja mesopusta, održala su se bez publike i u obliku video sadržaja podijelila na društvenim mrežama i drugim online platformama. Virtualne maškare u Crikvenici trajale su od 9. siječnja do 17. veljače. S obzirom da su se maškare održavale virtualno, ostalo je sredstava pa je donesena odluka u suradnji s Gradom Crikvenica da se aktivnim tradicijskim maškaranim grupama nabave nove uniforme, bubnjevi ili neka druga oprema. Nabavile su se uniforme za sljedeće grupe: Matkovići, Duga, Gornji kraj i Selce. Dramalj i Jadranovo tada nisu imali aktivnu udrugu. Isto tako nabavile su se i nove odore za maškaranu svitu.

Na realizaciju projekta virtualnih maškara utrošeno je ukupno 26.044,99 kn prema sljedećoj strukturi:

- Izrada vizuala i viber stickera – 13.541,66 kn
- Honorar za djelatnike izvan radnog odnosa (likovna radionica) – 531,98 kn
- Postavljanje uličnih dekoracija – 8.500,00 kn
- Angažman vatrogasne službe (spaljivanje mesopusta) – 860,00 kn
- Razni materijali i dekoracije – 910,35 kn
- Reprezentacija – 701,00 kn
- Članarina SUKGH (Savez udruga karnevalskih gradova Hrvatske) – 1.000,00 kn
- Glazbena oprema i odijela maškaranih udruga i svite – 168.456,75 kn
- Oglas i zakupnina za mrežnu stranicu – 6.687,50 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Doprinos očuvanju etnološkog i povijesnog nasljeđa destinacije, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, razvoj turističkog proizvoda u destinaciji kroz osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnog turističkog proizvoda s ciljem kreiranja motiva posjeta destinaciji u siječnju i veljači.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Centar za kulturu „Dr. Ivan Kostrenčić“ Crikvenica, Muzej Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, udruge za narodne običaje

Realizacija:

201.189,24 kn

2.3.1.2.

Crikvenica Summer Showtime

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Ovaj izdvojeni ljetni program događanja koji sadrži jednodnevne i dvodnevne “signature” manifestacije i manje manifestacije koje se održavaju tijekom sezone, svaka jednom tjedno, djelomično je modificiran tj. neke od planiranih manifestacija unutar programa su morale biti otkazane zbog nemogućnosti da se održe uz poštivanje važećih epidemioloških mjera. Sve ostale planirane manifestacije unutar programa Crikvenica Summer Showtime (koje su kasnije u tekstu navedene i opisane) uspješno su održane.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 287.675,02 kn prema sljedećoj strukturi:

- Ribarski tjedan – 142.451,21 kn

- Dan turizma u Selcu - 19.530,96 kn
- Melodije s okusom mora - 21.910,36 kn
- Glazbene ljetne večeri - 33.016,98 kn
- Večeri ribarske tradicije - 12.341,38 kn
- Večeri primorske pjesme - 14.556,44 kn
- Tribute nights - 43.467,69 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, doprinos očuvanju etnološkog i povijesnog nasljeđa destinacije, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Muzej Grada Crikvenice, Jadran d.d., JD "Val", PŠRD "Arbun", ŠRD "Lovrata", ŠRK „Oslić“, ŽLU Crikvenica, KČS "Kotor", U.U. Grada Crikvenice "Sunce", Udruga „Old Stars '89“, Udruga „AHA“, Udruga „Ljudi i običaji“, VK „Crikvenica“, PGŽ, TZ Kvarnera, Županijska lučka uprava Crikvenica, "Hyper dizajn" i "Eko Murvica d.o.o."

Realizacija:

287.675,02 kn

2.3.1.2.1.

Crikvenica Summer Showtime – signature events (manifestacije s „potpisom“) - 162.382,17 kn

/ Beach Day

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

/ 55. Ribarski tjedan

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

55. Ribarski tjedan je održan od 28. kolovoza do 4. rujna 2021. godine. U 2019. godini je Ribarski tjedan postao dio vrijednoga projekta „Arca Adriatica“ – Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine, sufinanciranoga programom Interreg V-A Italija-Hrvatska, a kao nastavak projekta "Mala barka 2 – Očuvanje pomorske baštine Sjevernog Jadrana". Dobivena sredstva korištena su za organizaciju i provođenje interpretacijske manifestacije, na temu očuvanja, revitalizacije i turističke valorizacije pomorske baštine u 2019. i 2021. godini (2020. godine predviđeni program se nije mogao održati zbog epidemioloških mjera). Svečano otvaranje 55. Ribarskoga tjedna održano je u subotu, 28. kolovoza 2021. s početkom u 20 sati u centru Crikvenice. Subotnji program počeo je već u jutarnjim satima kad je održana radionica za najmlađe na temu izrade malih drvenih barčica, a u 19 sati na gradskom plivalištu održan je vaterpolo turnir „Noć vaterpola“. Vrhunac večeri bio je nastup glazbenog sastava „Koktelsi“ s broda usidrenog u crikveničkoj luci.





U nedjelju, 29. kolovoza održan je središnji događaj Ribarskog tjedna tj. smotra i regata drvenih baraka. Regata je privukla pažnju i poglede mnogih zainteresiranih gostiju. Nakon regate drvenih baraka s jedrima održano je demonstracijsko veslanje na tradicijskim barkama. Posjetitelje je tu večer u centru Crikvenice zabavljala klapa „Tramuntana“.

U ponedjeljak, 30.8. članovi crikveničkog jedriličarskog kluba „Val“ organizirali su besplatno jedrenje za sve zainteresirane goste koji su se ranije prijavili na isto. U 20 sati održana

je ispred hotela Kaštel predstava na čakavštini „3,2,1 glasaj“, a u isto vrijeme održana je u centru Crikvenice „Večer ribarske tradicije“ koju su organizirali članovi ribolovnog društva „Arbun“ iz Crikvenice. Posjetitelji su se uz primorsku glazbu mogli podružiti s ribarima, te naučiti mnogo o tradiciji ribarstva u Crikvenici. Primorska noć održana je 31. kolovoza, a okupila je brojne zanimljive izlagače koji su na štandovima predstavili svoje ukusne prirodne i ekološke proizvode i rukotvorine. Isti dan u Crikvenici je održana još jedna manifestacija na Trgu Hygia, nastup folklorne sekcije Udruge umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce“. Gostima se prezentirala crikvenička nošnja uz glazbu i ples.

U srijedu, 1.9. je održan koncert na brodu u crikveničkoj luci. Nastupali su glazbenici Joso Butorac i klapa „Vinčace“.

U četvrtak, 2.9. je na Trgu Stjepana Radića održana izložba Ribarski tjedan, a u isto vrijeme održao se 6. po redu festival čakavske besede „ČA-fest“. Članovi lokalnih KUD-ova i udruga kroz glazbu i ples omogućili su svim generacijama uživanje u opuštеноj atmosferi.

U petak, 3.9. je u suradnji s Muzejom Grada Crikvenice organiziran obilazak muzejske izložbe „Miće barke“ uz stručno vodstvo kustosa. Također je održava generalna proba MIK-a.

U subotu, 4.9., sa startom u 12 sati je održana jedriličarska regata krstaša „Ribarski tjedan“ koja se već desetljećima organizira upravo u vrijeme Ribarskog tjedna. U 20 sati je u centru krenuo spektakl uz finalnu večer glazbenog festivala „Melodije Istre i Kvarnera“ koja je bila uživo prenošena na drugom programu HRT-a.

Velika priredba završena je atraktivnim vatrometom u ponoć.

U Ribarskom tjednu, od četvrtka do subote održan je u centru Crikvenice festival vina „Vino s okusom soli“ u organizacije Udruge AHA.

Tijekom Ribarskog tjedna gosti su mogli uživati u posebno osmišljenoj gastro ponudi u izdvojenim crikveničkim restoranima. Isti su pripremili riblje menije u 3 ili 5 sljedova po promotivnim cijenama.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 142.851,21 kn prema sljedećoj strukturi:

- Angažman glazbenih izvođača - 58.679,30 kn
- Trošak razglasa i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 11.440,00 kn
- Najam broda za glazbene nastupe – 7.000,00 kn
- ZAMP trošak za nastupe glazbenih izvođača - 2.441,56 kn
- Izrada vizuala – 13.541,66 kn
- Kazališna predstava i razglas za istu – 8.129,38 kn
- Vatromet – 12.499,00 kn
- Angažman vatrogasne službe za vatromet – 830,00 kn
- Trošak javne površine – 80,00 kn
- Izrada majica, letaka i plakata – 6.637,50 kn
- Fotografiranje drvenih barki na Rivijeri Crikvenica – 6.025,00 kn
- Ostali materijalni troškovi – 1.541,27 kn
- Putni nalozi (smotra drvenih baraka) – 4.466,54 kn
- Biljezi i naknade – 44,00 kn
- Donacije – 3.500,00 kn
- Ostali troškovi – 5.996,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Manifestacija Ribarski tjedan spaja crikveničku ribarsku prošlost i turizam. Suvremena Crikvenica naglašava vrijednost tradicije i nastoji ukazati novim naraštajima na važnost njezinog očuvanja. Jedan od glavnih ostvarenih ciljeva su kreirani atraktivni sadržaji za turiste koji su utjecali na produženje turističke sezone. Ribarski tjedan je od 2019. g. dio projekta „Zaštita, promocija i turistička valorizacija jadranske pomorske baštine“ ili skraćeno „ARCA ADRIATICA“. Navedeni je projekt dio programa INTERREG Italija–Hrvatska, a glavni su mu ciljevi zajednička zaštita, promocija i turistička valorizacija vrijedne jadranske pomorske baštine.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, Muzej Grada Crikvenice, "Jadran d.d.", JD "Val", PŠRD "Arbun", ŠRD "Lovrata", ŠRK „Oslić“, ŽLU Crikvenica, KČS "Kotor", U.U. Grada Crikvenice "Sunce", Udruga „Old Stars '89“, Udruga „AHA“, Udruga „Ljudi i običaji“, VK „Crikvenica“, PGŽ, TZ Kvarnera, Županijska lučka uprava Crikvenica, "Hyper dizajn" i "Eko Murvica d.o.o."

Realizacija:

142.851,21 kn

/ Crikvart – festival uličnih zabavljača

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

/ (SR)etno Selce

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

/ Dan turizma u Selcu**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Svake godine početkom kolovoza u Selcu vlada slavljeničko raspoloženje. Tradicija je to koja traje već više od pola stoljeća. Vezuje se uz jedan poseban dan – 4. kolovoza davne 1894., kada je otvoreno prvo javno uređeno kupalište u mjestu. Osim što je važan dio povijesti turizma na području Rivijere Crikvenice, taj se dan smatra početkom organiziranog turizma u Selcu. U 2021. godini zbog epidemioloških mjera nisu se mogli održati svi elementi manifestacije pa je izostao jutarnji tradicionalni gastro program "Ribice i vino", večernja fešta u centru mjesta uz ponudu hrane i pića na otvorenom i glazbeni program. Ovaj važan datum za Selce ipak je obilježen tradicionalnom karavanom osvijetljenih i granama ukrašenih brodica (Venecijanska noć). Karavanu je predvodio jedrenjak Paša na kojem je nastupala Limena glazba Selce. Vatrometom s pontona u ponoć završen je još jedan Dan turizma u Selcu. Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 19.530,96 kn prema sljedećoj strukturi:



- Najam broda (karavana osvijetljenih brodica) - 6.000,00 kn
- Vatromet – 12.499,00 kn
- Različiti materijalni troškovi – 926,96 kn
- Biljezi – 105,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni cilj manifestacije, osim obilježavanja ovog važnog datuma za povijest mjesta je i da se gostima pružio doživljaj atraktivnog zabavnog eventa u centru mjesta.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, ŠRK "Oslić" i Limena glazba Selce

Realizacija:

19.530,96 kn

2.3.1.2.2.

Crikvenica Summer Showtime – tjedna događanja - 125.292,85 kn

/ Melodije s okusom mora

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Melodije s okusom mora održane su desetu godinu zaredom, četvrtkom tijekom srpnja i kolovoza. Ove



manifestacije u Dramlju i Jadranovu predstavljale su glazbena iznenađenja u smirujućem prirodnom okruženju, pozornice najbliže moru i zvijezdama. Zbog epidemioloških mjera održan je manji broj Melodija s okusom mora od planiranog (četiri umjesto sedam). Broj gledatelja se ograničio na maksimalno 50 tj. u gledalištu je bilo postavljeno ukupno 50 stolica.

U Jadranovu, na Rivi Mulina su 19. kolovoza nastupali sljedeći glazbenici: Antonio Krištofić, Mateo Žmak i Medea Market Sindik

U Dramlju, u lučici Pazdehova su nastupali sljedeći glazbenici: Klapa Histri (8.7.), Klapa Tić (12.8.) i Joso Butorac (26.8.)

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 21.910,36 kn prema sljedećoj strukturi:

- Angažman glazbenih izvođača - 17.607,94 kn
- Trošak razglasa i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 3.380,00 kn
- ZAMP trošak za nastupe glazbenih izvođača - 922,42 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj da se gostima pruži atraktivan glazbeni doživljaj užitka u domaćoj glazbi u smirujućem prirodnom okruženju mjesta Dramalj i Jadranovo.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

21.910,36 kn

/ Glazbene ljetne večeri

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Glazbene ljetne večeri održavale su se petu godinu zaredom tijekom ljetnih mjeseci. Radi se o nastupima glazbenih sastava u Crikvenici i Selcu koji izvode popularne internacionalne glazbene hitove. Zbog epidemiološke situacije i mjera, u 2021. godini od planiranih 14 događanja održano je ukupno 5, s tim da su se u kolovozu Glazbene ljetne večeri preselile s trga na brod usidren u luci (brod Mali Marino).

U Selcu su nastupali sljedeći glazbeni sastavi:

Baruffa (5.7.), Tremolo (13.8. na brodu Mali Marino) i Link Band (22.8. na brodu Mali Marino)

U Crikvenici su nastupali sljedeći glazbeni sastavi:

Trio Splash (3.7.) i In Between (10.7.)

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 33.016,98 kn prema sljedećoj strukturi:

- Angažman glazbenih izvođača - 17.252,85 kn
- Trošak razglasa i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 9.440,00 kn
- Najam broda za nastupe glazbenih izvođača – 5.000,00 kn
- ZAMP trošak za nastupe glazbenih izvođača – 1.324,13 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvario se cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji (zabavno-glazbeni program u centru mjesta).

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

33.016,98 kn



/ Večeri ribarske tradicije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Uz pomoć ribolovnih klubova „Arbun“ i „Oslić“ iz Crikvenice i Selca, prezentirani su ribolovni alati, tradicionalna jela od ribe i ribarski običaji uz prigodnu primorsku glazbu. Manifestacija se održavala na tjednoj bazi (srijedom), tijekom glavne turističke sezone. Članovi ribolovnih lokalnih klubova tijekom manifestacije prezentirali su tradicionalne ribolovne alate, pletenje ribarske mreže, pripremu jednostavnih autohtonih jela, a sve sa ciljem očuvanja ribarske tradicije kraja i prezentacije iste gostima. Večeri ribarske tradicije održane su u Selcu 7.7., 18.8. i 25.8., a u Crikvenici 11.8. i 30.8. u sklopu Ribarskog tjedna.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 12.341,38 kn prema sljedećoj strukturi:

- Angažman glazbenih izvođača - 4.715,68 kn
- Različiti materijalni troškovi – 2.742,95 kn
- ZAMP trošak za nastupe glazbenih izvođača – 882,75 kn
- Donacija – PŠRD „Arbun“ – 4.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji i njegovanja tradicijskih običaja i vještina.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, PŠRD “Arbun” i ŠRK “Oslić”

Realizacija:

12.341,38 kn

/ Večeri primorske pjesme

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Zbog epidemiološke situacije i epidemioloških mjera, TZG Crikvenice je izmijenila koncept manifestacije „Večeri primorske pjesme“ na način da se održavaju na Veloj paladi uz maksimalno 50 gledatelja (50 postavljenih stolica). Tako su u kolovozu organizirane dvije klapske večeri na Veloj paladi u Crikvenici. 13. kolovoza je nastupila klapa „Tramuntana“, a 20 kolovoza ženska klapa „Senjkinje“.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 14.556,44 kn prema sljedećoj strukturi:

- Angažman glazbenih izvođača - 10.535,57 kn
- Trošak razglasa i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 3.380,00 kn
- Troškovi režija – 200,00 kn
- ZAMP trošak za nastupe glazbenih izvođača – 440,87, kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

14.556,44 kn

/ Primorske noći**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

U 2021. godini organizacija ove manifestacija prepuštena je Obrtu "Salon vjenčanica Glamour" budući da se isti prijavio na natječaj za sufinanciranje manifestacija u 2021. godini s projektom Primorskih noći. (više u točki 2.5.2)

/ Tribute Nights**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

Tribute Nights su večeri posvećene svjetski poznatim glazbenim imenima poput grupa Queen, Beatles, Abba i sl. na kojima nastupaju njihovi tribute bandovi. U 2021. godini održane su zbog epidemiološke situacije samo dvije tribute večeri i to u Crikvenici, na brodu Sfera vezanom u crikveničkoj luci. Abbazia (ABBA tribute band) nastupio je 15.8., a 22.8. je nastupio Disco Magic Band.



Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 43.467,69 kn prema sljedećoj strukturi:

- Angažman glazbenih izvođača - 24.394,55 kn
- Trošak razglasa i rasvjete za nastupe glazbenih izvođača – 10.140,00 kn
- Najam broda za nastup glazbenika – 7.000,00 kn
- ZAMP trošak za nastupe glazbenih izvođača – 1.025,14, kn
- Ostali troškovi – 908,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvaren je cilj stvaranja doživljaja za goste u destinaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

43.467,69 kn

/ Dancing Stars

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

/ Open Air Cinema

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

2.3.1.3.

Festival „Na palade, kanat i štorije“

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

2.3.1.4.

Proslava Sv. Jelene

U 2021. godini proslava sv. Jelene, zaštitnice Dramlja, zbog epidemiološke situacije obilježena je samo u okviru crkvenog dijela proslave (izostao je zabavni dio proslave).

2.3.1.5.

Proslava Sv. Jakova

U 2021. godini proslava sv. Jakova, zaštitnika Jadranova, zbog epidemiološke situacije obilježena je samo u okviru crkvenog dijela proslave (izostao je zabavni dio proslave).

2.3.1.6.

Proslava Sv. Katarine

Prvi dio proslave održan je u crkvi sv.katarine, a nakon mise su se mještani okupili u centru, na trgu.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 8.475,65 kn prema sljedećoj strukturi:

- Angažman glazbenog izvođača - 716,31 kn
- Trošak redarskih usluga – 750,00 kn
- Trošak opreme – 1.039,50 kn
- Trošak namirnica – 5.969,84 kn

Nositelj aktivnosti i partneri:

Mjesni odbor Selce, lokalne udruge i Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

8.475,65 kn

2.3.2.

Sportske manifestacije - 53.989,93 kn

2.3.2.1.

111. Plivački maraton

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Dana 15. kolovoza 2021. je po 111. put organiziran tradicionalni Plivački maraton Šilo – Crikvenica, čiji je organizator TZG Crikvenice. Maraton povezuje morskim putem susjedna mjesta Crikvenicu i Šilo još od 1910. godine. Tradicionalno se pliva 15. kolovoza, na blagdan Velike Gospe, zaštitnice Crikvenice. Boduje se za natjecanja Cro-cup-a, Hrvatskoga saveza daljinskog plivanja. Za sudjelovanje se prijavljuju vrsni natjecatelji, uglavnom plivači poznatih hrvatskih klubova te plivači i rekreativci - gosti iz inozemstva. Posljednjih je nekoliko



godina broj plivača naglo porastao na preko 400 i uglavnom prevladavaju rekreativci, kojima je ovaj maraton pravi izazov.

Ove se godine, zbog epidemiološke situacije i mjera, broj plivača koji mogu sudjelovati na maratonu morao smanjiti te je odlučeno da na maratonu može plivati 111 plivača. Tijekom preuzimanja startnih brojeva, prijevoza plivača brodom i kod podjele medalja i priznanja poštovale su se sve epidemiološke mjere definirane od stožera civilne zaštite.

Dužina plivačke staze iznosi 3500 m. Start je bio u 10 sati u moru uz rivu u Šilu na otoku Krku, a cilj u centru Crikvenice na Gradskome plivalištu. Za vrijeme trajanja natjecanja se primjenjuju pravila Hrvatskoga saveza za daljinsko plivanje, koja provode vrhovni sudac i sudački žiri.

U 12 sati proglašeni su pobjednici maratona po kategorijama te su im uručene medalje i pehari.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 53.989,93 kn prema sljedećoj strukturi:

- Putni troškovi i nalozi - 6.034,98 kn
- Fotografiranje maratona – 981,80 kn
- Dekoracija cilja – 3.334,00 kn
- Mjerenje vremena plivača – 6.584,00 kn
- Trošak razglasa – 4.060,00 kn
- Najam brod za plivače – 3.000,00 kn
- Razne usluge i naknade – 5.009,28
- Pehari i medalje – 2.268,78 kn
- Izrada majica – 5.681,25 kn
- Ostali materijalni troškovi – 7.386,54 kn
- Osiguranje manifestacije – 1.749,30 kn
- Donacije – 7.900,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zabavnih programa destinacije, doprinos razvoju športskih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Crikvenički plivački klub, PŠRD "Arbun" Crikvenica, ŠRK "Oslić" Selce, ŠRD "Lovrata" Dramalj, ŠRD "Tunera" Jadranovo, ŠRK "Čikavica" Šilo, Jedriličarsko društvo "Val" i JK „Jadro“, KPA "Crikvenica", Grad Crikvenica, Hrvatska turistička zajednica, Primorsko-goranska županija, Županijska lučka uprava Crikvenica i "Eko-Murvica" d.o.o.

Realizacija:

53.989,93 kn

2.3.2.2.

Šahovski turnir s Garijem Kasparovim

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

2.3.3.

Gastro manifestacije - 19.371,64 kn

2.3.3.1.

Uskrs 2021. u Crikvenici i Selcu

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

2.3.3.2.

Festival jagoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Festival jagoda u Selcu manifestacija je koja spaja „plavu i zelenu Hrvatsku“. Suorganizator ove manifestacije je Udruga proizvođača jagoda "Jagodni prsten". Manifestacija nudi program na trgu u Selcu koji se sastoji od prodaje svježih jagoda i slastica od jagoda te autohtonih i tradicionalnih proizvoda. U 2021. godini, zbog epidemiološke situacije i mjera izostale su degustacije, radionice i zabavni dio programa, a održana je samo prodajna izložba jagoda i proizvoda na bazi jagoda, u Selcu na Obali hrvatskih branitelja 29. i 30. svibnja.

Na realizaciju projekta utrošeno je:

- grafički dizajn – 5.541,66 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Udruga „Jagodni prsten“ i Grad Crikvenica.

Realizacija:

5.541,66 kn

2.3.3.3.

Mjesec plave ribe – Cesta plave ribe

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Od 2020. godine nekadašnji Tjedan plave ribe održavamo kao Mjesec plave ribe, a vezuje se za projekt "Cesta plave ribe", koji je osmislila TZG Crikvenice. Cesta plave ribe temelji se na bogatoj ribarskoj



prošlosti ovoga kraja. Desetak restorana s područja rivijere ima markicu "Cesta plave ribe", kojom poručuju da u stalnoj ponudi imaju jela od plave ribe. Vrijednost projekta je prepoznala i struka pa je 2014. godine osvojio nagradu "Simply the best" u kategoriji tradicijsko-gastronomске manifestacije. Plava riba je nekad bila jedna od

najznačajnijih namirnica u tradicionalnoj prehrani stanovnika crikveniškoga područja.

U 2021. godini, zbog epidemiološke situacije i mjera nije održan planirani gastro događaj na centralnom crikveniškome trgu. Punih mjesec dana u ugostiteljskim objektima koji su se uključili u projekt nudili su se meniji od plave ribe u 3 ili 5 slijeda po posebnim cijenama od 120 kn tj. 240 kn. U sklopu Mjeseca plave ribe izrađen je i promotivni gastro video u kojem je kuhar Dragan Visković na Mediteranskom labirintu u Crikvenici pripremao različita jela od plave ribe na roštilju. Video je promoviran na društvenim mrežama i prikupio je velik broj pozitivnih komentara.

Na realizaciju projekta utrošeno je:

- grafički dizajn – 8.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: obogaćivanje turističke ponude destinacije i Hrvatske u cjelini, unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju gastro i zabavnih programa destinacije, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, kuhar Dragan Visković i ugostitelji na Rivijeri Crikvenica

Realizacija:

8.000,00 kn

2.3.3.4.

Jesen u Crikvenici – Experience Crikvenica**Detaljan i precizan opis aktivnosti:**

2020. godine započeo je program "Jesen u Crikvenici" koji je nastavljen i u 2021. godini pod nazivom "Experience Crikvenica". Program uključuje rekreativne vikend aktivnosti i gastro doživljaje za pamćenje, posebne menije od 3 ili 5 sljedova, temeljene na tradicionalnoj crikveničkoj kuhinji i jesenskim namirnicama, po promotivnoj cijeni od 120 tj. 240 kuna, koje su nudili crikvenički ugostitelji od 17. rujna do 31. listopada 2021. godine (restorani Ulika, Karoca i Burin te hoteli Crikvenica i Esplanade). U istom razdoblju, svakog petka, subote i nedjelje održavale su se vođene rekreativne aktivnosti na otvorenom. Petkom je organizirano nordijsko hodanje, subotom grupni fitness trening i aktivna šetnja u prirodi, a nedjeljom vođene biciklističke ture.

**Ostvareni cilj aktivnosti:**

Ostvareni su ciljevi kreiranja motiva dolaska u destinaciju u doba sezone, temeljenih na blagoj i zdravoj klimi, brojnim prirodnim ljekovitim čimbenicima, velikom kapacitetu staza i šetnica za rekreaciju i sport i bogatoj gastro-ponudi tradicionalnih jesenjih delicija.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 5.829,98 kn prema sljedećoj strukturi:

-Trošak voditelja rekreativnih aktivnosti – 5.698,98 kn

- Reprerentacija – 131,00 kn

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, KŠR Gorovo, Fitness studio „Move Up“, Fitness studio „Concept Gym“

Realizacija:

5.829,98 kn

2.3.4.

Ostale manifestacije - 338.548,86 kn

2.3.4.1.

Crikvenica4Pets

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

2.3.4.2.

Festival zdravlja

Manifestacija nije održana zbog epidemioloških mjera

2.3.4.3.

CIHT – Crikvenica International Health Tourism Conference

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

CIHT je interdisciplinarna konferencija koja objedinjuje turizam, zdravlje, marketing, vrhunske predavače i stručnjake iz cijeloga svijeta te donosi nova znanja, zanimljive i edukativne teme i rasprave o aktualnim svjetskim trendovima. Naglašava strateški značaj razvoja zdravstvenog turizma u svijetu i važnost povezivanja i plasmana ponude na tržište. Prvi je put održana 2013. povodom obilježavanja 125 godina turizma u Crikvenici, i to na inicijativu Turističke zajednice Grada Crikvenice, koja je od početka njezin organizator. CIHT je kroz godine postao prepoznatljiva konferencija, jedna od najvećih iz zdravstvenog turizma u regiji, i što se održava u Crikvenici, na rivijeri koja već više od 130 godina razvija tradiciju zdravstvenog turizma. Svake godine raste kvantitativno i kvalitativno, privlači sve više sudionika različitih profesija iz brojnih zemalja, koji nam se rado vraćaju, a mnogi postaju i naši svojevrsni promotori. 2020.



godine konferencija je bila virtualna zbog pandemije, a u 2021. održana je 4. i 5. studenoga 2021. godine po prvi puta u hibridnom izdanju – na licu mjesta u hotelu Katarina u Selcu te istodobno putem virtualne platforme. U cilju razmatranja najnovijih trendova u zdravstvenom turizmu, CIHT konferencija je okupila svjetski priznate stručnjake s područja zdravstva, turizma, marketinga i obrazovanja. Već tradicionalno, program 9. CIHT konferencije održao se tijekom dva uzastopna dana kroz četiri bloka

predavanja, u kojima je ove godine sudjelovalo 17 predavača iz devet zemalja.

Ovogodišnja, deveta po redu CIHT konferencija, obradila je teme povezivanja američkog i hrvatskog tržišta zdravstvenog turizma te dovođenja internacionalnih pacijenata u Hrvatsku, a naglasak je stavljen i na benefite raznolikosti turističke ponude, kao i najnovije trendove u zdravstvenom turizmu.

Novost konferencije je i organizacija studijskog putovanja talijanskih agenata, koji su se kroz obilazak Rivijere Crikvenica upoznali s njenom zdravstveno-turističkom ponudom, posjetili su nekoliko zdravstvenih institucija, održali vrlo posjećenu poslovnu radionicu – B2B susrete s brojnim potencijalnim partnerima te sudjelovali na konferenciji. Vjerujemo da je time napravljen veliki iskorak u jačanju poslovnih odnosa među sudionicima konferencije te postavljeni odlični temelji za buduću suradnju s talijanskim partnerima.

Konferencija je dobila izvrsne ocjene sudionika, predavača i zdravstveno-turističkih stručnjaka te nas ta činjenica čini vrlo zadovoljnim. TZG Crikvenice zajedno s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera odlučila je da se jubilarno deseto izdanje ove konferencije održi 6. i 7. listopada 2022. god.

Važnost konferencije CIHT ponovno su prepoznali mnogi. Ove godine generalni pokrovitelj 9. CIHT konferencije bio je Jadran-galenski laboratorij d.d., hrvatska farmaceutska tvrtka s globalnim uspjehom i priznanjem. Suorganizatori su bili Thalassoterapia Crikvenica i Poliklinika Terme Selce. Također, već dugi niz godina, Ministarstvo turizma i sporta podupire CIHT konferenciju, a njegova je podrška ostvarila veliki doprinos u organizaciji i ovogodišnje hibridne konferencije. Tradicionalno, konferenciju su podržavali i: Ministarstvo zdravstva, Primorsko-goranska županija, Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Kvarnera, Hrvatska gospodarska komora, Jadran d.d. Crikvenica i Grad Crikvenica.

Šesnaest partnera ovogodišnje CIHT konferencije bili su: Medical Tourism Training, Stackpole & Associates, HTI, BookingsMed, Turizam 365, IQM Destination, UHPA, UPUZ, Alarm Express, Specijalna bolnica Medico, Poduzetnik, PoslovniFM, HrTurizam, AMCHAM, Total Croatia News te HEALTH HUB.

Na realizaciju projekta je utrošeno ukupno 26.294,53 kn prema sljedećoj strukturi:

- Putni nalozi – 1.372,00 kn
- Grafičko oblikovanje – 13.541,66 kn
- Web stranica – održavanje – 785,00 kn
- Poseban program – vinska proba 2.250,24 kn
- Zabavni program za sudionike – 2.998,63 kn
- Usluge prijevoza – 3.250,00 kn
- Usluga turističkog vođenja – 600,00 kn
- Ostali troškovi – 1.497,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zdravstvenog turizma, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje sezone.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, Thalassotherapia Crikvenica i Terme Selce

Realizacija:

26.294,53 kn

2.3.4.4.

Ostale manifestacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Ostale manifestacije za koje su se organizatori javili tijekom godine za potporu bilo financijsku, bilo organizacijsku.

Na realizaciju projekta utrošeno je ukupno 312.254,33 kn prema sljedećoj strukturi:

- Trošak suorganizacije (prema ugovoru) - Melodije Istre i Kvarnera – 74.000,00 kn
- Trošak suorganizacije (prema ugovoru) – Cro Race – 200.000,00 kn
- Razni materijalni troškovi – 10.385,84 kn
- Razne usluge i naknade – 20.234,18 kn
- Trošak reprezentacije – 2.641,00 kn
- Trošak uređenja za advent – 4.993,31 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Ostvareni su ciljevi: unapređenje turističkog proizvoda destinacije i Hrvatske u cjelini, promocija turizma Hrvatske, jačanje imidža hrvatskog turizma, doprinos razvoju zdravstvenog turizma, doprinos povećanju dolazaka posjetitelja i turista u destinaciju i regiju, povećanje ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, produženje sezone.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, JK „Val“, Udruga „Point“, Caffè Bar Toš, Vanila i Kanela, KUD „Neven“ Selce, BK Sv. Jakov, Stolnoteniski klub „Crikvenica“, Udruga „Sportart“, Udruga „Ljudi i običaji“, VK „Crikvenica“, Mažoretkinje grada Crikvenice, Top Sport Events

Realizacija:

312.254,33 kn

/ Crikvenica Spring Cup 2021. - regata

49 hrvatskih i poljskih jedriličarki i jedriličara jedrilo je od 23. do 25. travnja u Crikvenici na kriterijskoj regati klasa ILCA 4 i LICA 6, odnosno bivših Lasera 4.7 i Lasera Radial, regati koju je organizirao JD Val.

/ Proljeće na Rivijeri Crikvenica

TZG Crikvenice organizirala je manifestaciju "Proljeće na Rivijeri Crikvenica" koja je trajala od 30. travnja do 31. svibnja 2021. , a uključila je vođene rekreativne vikend aktivnosti i gastro doživljaje za pamćenje, posebne menije od 3 slijeda temeljene na tradicionalnoj crikveničkoj kuhinji i proljetnim namirnicama po promotivnoj cijeni od 100 kuna, koje su nudili crikvenički ugostitelji, restorani Gušti, Karoca, Maslina, Pandora, Ulika i restoran hotela Esplanade.

/ Festival cvijeća

Festival cvijeća održan je u proljetnom terminu od 23. do 25. svibnja te u jesenskom terminu od 23. do 26. rujna na crikveničkoj tržnici (ispred Konzuma). Na sajmu su se predstavili uzgajivači odnosno proizvođači cvijeća i sadnog materijala iz cijele Hrvatske, a sajam je imao prodajni karakter. Organizator sajma je Udruga "Point".

/ Glazbene DJ večeri u Preradovićevoj

U organizaciji caffe bara Toš, Kanela i Vanila, u lipnju su se petkom održavale glazbene večeri uz DJ-a, u Preradovićevoj ulici u Crikvenici. Događanja su održana 4., 11., 18. i 25. lipnja.

/ Proslava 110 godina KUD-a Neven Selce

U Selcu je 9. srpnja održana posebna obljetnica, slavilo se 110. godina postojanja KUD-a "Neven". Proslavu je organizirao KUD Neven, a na događanju su nastupali zbor KUD-a Neven i Limena glazba Selce.

/ Otvorenje izložbe „11 desetljeća KUD-a Neven Selce"

U Staroj školi u Selcu otvorena je 12. kolovoza izložba pod nazivom "11 desetljeća KUD-a Neven Selce". Izložba koja je prezentirala povijest KUD-a kroz sliku i riječ, te selačku narodnu nošnju i običaje bila je otvorena do 4. rujna 2021. Izložba je prikazana i pri gostovanju KUD-a *Neven* u gradu Erdu u Mađarskoj u listopadu.

/ Boćanje – ogled kadetskih boćarskih reprezentacija Hrvatske i Slovenije

U Jadranovu je 13. kolovoza održana prijateljska boćarska utakmica kadetskih reprezentacija Slovenije i Hrvatske (U15). Organizator i domaćin susreta bio je Boćarski klub "Sveti Jakov" iz Jadranova.

/ Stolnoteniski turnir – 7. Open Crikvenica

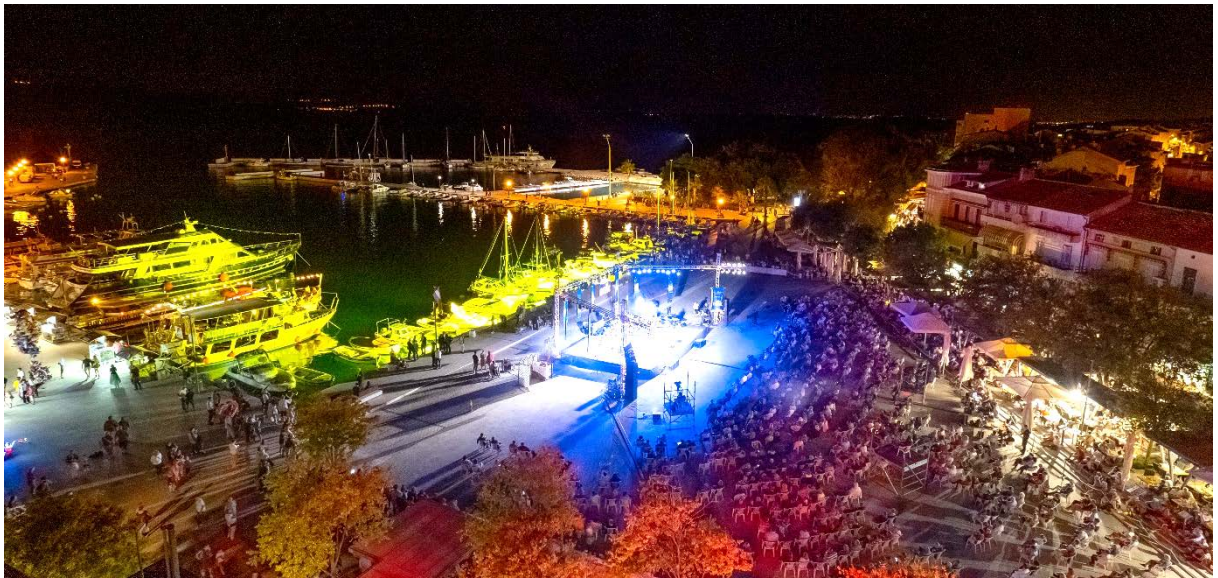
Stolnoteniski turnir - 7. Open Crikvenica održan je 15.8.2021. na crikveničkom gradskom kupalištu od 10:00 sati. Organizator je STK Crikvenica.

/ Basket Tour 3X3

U organizaciji Udruge „Sportart“ održan je 26. kolovoza na Trgu Stjepana Radića turnir za djecu u košarci.

/ Melodije Istre i Kvarnera (MIK 2021) – finalna večer

U Crikvenici, na Trgu Stjepana Radića je 4. rujna 2021. održana finalna večer glazbenog festivala "Melodije Istre i Kvarnera". Dan prije, 3.9. održana je na istom mjestu generalna proba bez gledatelja. Festival je uživo prenošen na televizijskom programu HRT 2. Termin održavanja finalne večeri podudarao se sa zadnjim danom manifestacije Ribarski tjedan, a kraj festivala i Ribarskog tjedna obilježen je vatrometom.



/ World Wellness Weekend u Crikvenici

TZG Crikvenice sudjelovala je u svjetskom programu "World Wellness Weekend" (18.-19.9.2021.) na način da je tijekom tog vikenda kreirala vođene rekreacijske aktivnosti na otvorenom. Tijekom vikenda se održao grupni funkcionalni trening i vođena šetnja u prirodi. Za aktivno sudjelovanje u programu, TZG Crikvenice je od organizatora projekta dobila status Wellness Champion za 2021. godinu, koju će direktorica TZG Crikvenice primiti tijekom CIHT konferencije.

/ Ljetni kup Istre i Kvarnera – vaterpolo turnir

Turnir u vaterpolu "Ljetni kup Istre i Kvarnera" održao se 25.9.2021. godine od 12:00 sati u Crikvenici u sklopu europskog tjedna sporta. Organizator ovog događanja je Vaterpolo klub Crikvenica, a turnir je održan na Gradskom plivalištu u Crikvenici.

/ Cro Race

Firma Top sport events d.o.o organizirala je u 2021. godini šesto izdanje međunarodne biciklističke utrke Cro Race na kojoj je nastupilo dvadeset timova iz najvišeg ranga klasifikacije Svjetske biciklističke organizacije (UCI). Dvjestotinjak ponajboljih biciklista svijeta hrvatskim cestama vozilo je u razdoblju od 28. rujna do 3. listopada 2021. godine te je i ove godine utrka bila jedan od najznačajnijih sportskih događaja u našoj zemlji. Grad Crikvenica je 1. listopada 2021. bio domaćin cilja četvrte etape, ukupne duljine 200 km. Start utrke bio je u Zadru oko 12 sati, a biciklisti su na cilj u Crikvenici došli malo prije 17 sati. Na Trgu Stjepana Radića organiziran je doček biciklista uz zabavni program i praćenje utrke na velikom ekranu.



/ 25. Državne športske igre dragovoljaca i veterana domovinskog rata RH „Crikvenica 2021.“

Manifestacija je održana u organizaciji Udruge dragovoljaca i veterana domovinskog rata- podružnica PGŽ, 16.10.2021. godine s početkom u 9 sati na raznim lokacijama u Crikvenici. Na sportskim igrama nastupilo je 500 hrvatskih branitelja, a otvaranju na Trgu Stjepana Radića, na kojem je govor održao i predsjednik Republike Hrvatske Zoran Milanović, prethodio je mimohod od parkirališta ispod vijadukta do trga.

2.4.

Turistička infrastruktura

TZG Crikvenice nema na upravljanju turističku infrastrukturu.

2.5.

Podrška turističkoj industriji - 196.637,19 kn

2.5.1.

Potpore u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet. Na ovoj stavci financirano je nekoliko aktivnosti za koje su zamolbe došle tijekom godine

Struktura troškova:

- tekuće donacije po odlukama – 16.000,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

16.000,00 kn

2.5.2.

Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstava

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice je za 2021. godinu raspisala Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu (Javni poziv za sufinanciranje manifestacija u 2021. godini) te su se u okviru ovih sredstava rasporedila sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2021. godine su se putem Javnog poziva sufinancirali projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, Jakovarskih vesala, Fešte od tune, jedriličarskih regata, maratona i drugih sportskih, kulturno-zabavnih, gastro događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća. Troškovi r

Detaljan i precizan opis aktivnosti:
Turistička zajednica Grada Crikvenice je za 2021. godinu raspisala Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu (Javni poziv za sufinanciranje manifestacija u 2021. godini) te su se u okviru ovih sredstava rasporedila sredstva prema Javnom pozivu. Tijekom 2021. godine su se putem Javnog poziva sufinancirali projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput koncerata KUD-ova i klapa, Jakovarskih vesala, Fešte od tune, jedriličarskih regata, maratona i drugih sportskih, kulturno-zabavnih, gastro događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća. Troškovi realizacije uključuju sufinanciranja prema potpisanim ugovorima. Planirani iznos za sufinanciranje manifestacija prema Javnom pozivu iznosio je 280.000,00 kn, međutim velik dio organizatora s kojima je TZG Crikvenice sklopila ugovor otkazao je planirane manifestacije zbog epidemiološke situacije i mjera vezanih uz ograničavanje javnih okupljanja.

Tijekom godine TZG Crikvenice je osmislila brojne pogodnosti za iznajmljivače u okviru kojih je raspisala i javni poziv za sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača na koji se je odazvalo ukupno 20 iznajmljivača. akoder smo osmislili karticu za iznajmljivače koja im osigurava brojne popuste, dijelili smo im besplatne safety kitove, a osigurali smo za njih i besplatno oglašavanje na našoj web stranici te besplatne promo materijale.

Struktura troškova:

- Javni poziv (tekuće donacije) – 120.165,57 kn
- Javni poziv (potpore iznajmljivačima) – 20.471,62 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

140.637,19 kn

2.5.2.1.

Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu – sufinanciranje manifestacija

Održane manifestacije:

/ **Crikvenička regata** (sufinanciranje: 5.000,00 kn)

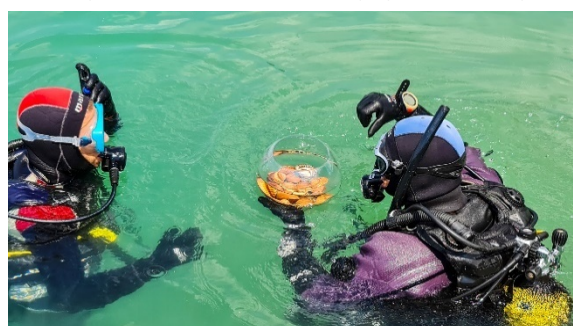
19. – 21. ožujka, JD "Val" je bio domaćin izborne kriterijske regate za klasu optimist za Hrvatsku. U 3 dana jedrenja crikveničkim akvatorijem jedrilo je stotinjak jedriličara.

Dani lovora (sufinanciranje: 2.000,00 kn)

U organizaciji Udruge „Kušac“ održani su od 21. do 23. svibnja u Crikvenici „Dani lovora“. Trodnevni program je uključivao predstavljanje brošure o lovoru „Lovor za zdravlje“, izložbu fotografija o lovoru, joga vježbe i meditaciju sa gong kupkom, na Mediteranskom labirintu ljubavi I upoznavanje s ljekovitim biljem našeg kraja.

/ Izložba „Blago jadranskog podmorja“ (sufinanciranje: 10.000,00 kn)

U Crikvenici, pored Gradskog plivališta otvorena je 8. lipnja izložba “Blago jadranskog podmorja”. Radi se o izložbi najatraktivnijih ljuštura jadranskih školjaka i puževa, oklopa rakova, skeleta spužava i koralja koju je osmislila tvrtka Podmorko d.o.o. uz Grad Crikvenicu i TZG Crikvenice kao partnere projekta. Glavni cilj izložbe je edukacija javnosti o potrebi zaštite Jadrana. Izložba je bila otvorena od 8. lipnja do 30. rujna.



/ 8. Dječji međunarodni nogometni turnir „Crikvenica Cup 2021.“ (sufinanciranje: 11.000,00 kn)

Međunarodni dječji nogometni turnir (U-8- U-13) okupio je 180 ekipa mladih talentiranih nogometaša iz Hrvatske, Slovenije, Mađarske i Ukrajine te brojne ljubitelje nogometa (otprilike 2000 gostiju).

Turnir se igrao u Crikvenici, Jadranovu, Triblju, Hreljinu i Novom Vinodolskom, a svečano zatvaranje turnira održano je na stadionu NK Crikvenica u nedjelju, 13.6. 2021.

/ Selce pleše (sufinanciranje: 1.400,00 kn)

U organizaciji KUD-a Vatroslav Lisinski, u Selcu je održan plesni događaj “Selce Pleše”, 20. lipnja 2021. Predstavile su se plesne skupine s crikveničkog i okolnog područja, iz raznih plesnih i dobnih kategorija.

/ Ivanjski krijes (sufinanciranje: 1.400,00 kn)

Paljenje Ivanjskog krijesa održano je 24. lipnja na trgu Hygia - ispred Gradske galerije Crikvenica, u organizaciji Udruge “Kotor”.

/ Fešta od tune (sufinanciranje: 3.000,00 kn)

U Jadranovu, na rivi Mulina je održana tradicionalna manifestacija „Fešta od tune“, u petak, 25. lipnja 2021., u organizaciji firme Krasnica d.o.o. Ukusni i slasni specijaliteti od tune, na fešti su pripremljeni na razne načine, a posjetitelji su osim u dobroj hrani i piću mogli uživati i u glazbenom programu.

/ Teniski turniri u Crikvenici (sufinanciranje: 3.000,00 kn)

Teniski turnir za rekreativce održani su 26. lipnja, 17. srpnja i 14. kolovoza 2021. na tenis terenima pored hotela Kvarner Palace u Crikvenici. Organizator turnira je obrt “Bubi”.

/ Nastupi folklorne sekcije UUGC “Sunce” (sufinanciranje: 2.981,82 kn)

U organizaciji UUGC „Sunce“ održani su nastupi folklorne sekcije Udruge Sunce u centru Crikvenice na Trgu Hygia. Održano je ukupno 8 nastupa tijekom turističke sezone (u srpnju i kolovožu).

/ Primorske noći (sufinanciranje: 13.983,75 kn)

Sajamska manifestacija koja nudi bogat izbor autohtonih suvenira i domaćih proizvoda te primorske gastronomije uz zvuke primorske pjesme. U 2021. godini organizacija ove manifestacija prepuštena je Obrtu “Salon vjenčanica Glamour” budući da se vlasnik obrta prijavio na natječaj za sufinanciranje manifestacija u 2021. godini s projektom Primorskih noći.

Manifestacije su se održavale u Crikvenici u Parku palih za domovinu (15.7., 29.7., 12.8., 19.8. i 31.8. u sklopu Ribarskog tjedna) i u Selcu na Obali hrvatskih branitelja (22.7., 27.7., 6.8., 10.8., 13.8. i 17.8.).

/ Selce Open

Jedriličarski klub (Yaht Club) „Jadro“ iz Selca i u ovoj godini ugostio je svoje prijatelje i sportske rivale na regatnom polju ispred Selca, na regati „Selce Open“, 3. srpnja 2021.

/ Nastup zbora KUD-a Neven Selce (sufinanciranje: 4.000,00 kn)

Zbor KUD-a Neven iz Selca u 2021. godini održao je tri koncerta na Harmici u Selcu. Kulturno-umjetničko društvo predstavilo je tradicionalne glazbene izričaje izvodeći skladbe iz Primorja, ali i ostalih krajeva.

/ Jakovarska vesla (sufinanciranje: 6.000,00 kn)

17. srpnja u Jadranovu je održano tradicionalno događanje "Jakovarska vesla" u organizaciji ŠRD "Tunera". Riječ je o natjecanju u veslanju, čiji su sudionici uistinu šarolike ekipe, od muških, dječjih i ženskih pa do domaćih ekipa po naseljima i gostiju.

/ Nastupi Limene glazbe Selce

Limena glazba Selce organizirala je tijekom ljetne sezone tri nastupa u Selcu na Harmici.

/ 6. Crikvenica pod misečinun (sufinanciranje: 600,00 kn)

Planinarsko društvo "Strilež" iz Crikvenice, 24. srpnja je šesti put organiziralo planinarsku šetnju "Crikvenica pod misečinun". Na najljepšem vidikovcu iznad Crikvenice – na Kavranovoj stijeni sudionici šetnje su doživjeli zalazak sunca i sjaj punog mjeseca.

/ 43. Stolnoteniski turnir „Plaža Crikvenica“ (sufinanciranje: 1.400,00 kn)

25. srpnja održao se već tradicionalno 43. stolnoteniski turnir "Plaža Crikvenica", sportska atrakcija na crikveničkom Gradskom kupalištu u organizaciji Stolnoteniskog kluba "Crikvenica".

/ Dan turizma u Selcu – Venecijanska noć (sufinanciranje: 1.000,00 kn)

U organizaciji ŠRK "Oslić" iz Selca organizirana je na Dan turizma u Selcu – 4.8.2021. godine "Venecijanska noć" tj. karavana brodica ukrašenih jasenovim granama i feralima. Članovi kluba pobrinuli su se da sve brodice u karavani na vrijeme dobiju grane i feralne.

/ 32. Međunarodni turnir veterana u košarci „Old stars Zagreb 2021.“ (sufinanciranje: 7.000,00 kn)

Od 27. do 29. kolovoza u Crikvenici je održano 32. izdanje međunarodnog košarkaškog turnira veterana "Old stars Zagreb". Riječ je o najvećem regionalnom veteranskom košarkaškom turniru.

Organizator turnira je Prva udruga košarkaških veterana „Old Stars Zageb '89“ iz Zagreba u suradnji s Košarkaškim klubom "Crikvenica".

/ Susret primorskih zborova (sufinanciranje: 2.000,00 kn)

29. kolovoza Selce je na jednome mjestu okupilo prekrasne glasove članova primorskih zborova. Zbor KUD-a Neven i gosti upriličili su gostima ugodnu večer uz primorsku glazbu.

/ Jedrenje s gostima (sufinanciranje: 1.800,00 kn)

U sklopu Ribarskog tjedna, 30. kolovoza je održano Jedrenje s gostima u organizaciji JK "Val" iz Crikvenice. Tridesetak gostiju je imalo priliku doživjeti posebno iskustvo jedrenja s iskusnim jedriličarima.

/ ČA Fest (sufinanciranje: 5.400,00 kn)

U četvrtak, 2. rujna 2021. u 20h u centru Crikvenice je održan 6. po redu Festival čakavske besede "ČA Fest". Centrom Crikvenice je i ove sezone odzvanjala čakavska beseda izražena kroz glazbu. 6. po redu Festival čakavske besede "ČA Fest" održan je u sklopu manifestacije „55. Ribarski tjedan“. Organizator ČA festa je Katedra čakavskog sabora „Kotor“.

/ Festival hrvatskih vina – Vino s okusom soli (sufinanciranje 5.000,00 kn)

U sklopu Ribarskog tjedna, od 2. do 4. rujna održan je u centru Crikvenice festival vina „Vino s okusom soli“ u organizacije Udruge „AHA“.

/ Jedriličarska regata krstaša „Ribarski tjedan“ (sufinanciranje: 7.000,00 kn)

U subotu, 4. rujna 2021., u organizaciji JK „Val“ iz Crikvenice održana je tradicionalna regata krstaša „Ribarski tjedan“.

/ Trka oko Krka

Navigacijska regata Trka oko Krka, zajednički projekt JK „Jadro“ Selce i JK „Burin“ Novi Vinodolski nakon prošlogodišnje pauze ponovo je održana u akvatoriju otoka Krka, sa startom iz Selca i ciljem u Novom Vinodolskom (17.-19. rujna).



/ Crikvenica Majorette Festival (sufinanciranje: 2.000,00 kn)

Crikvenica Majorette Festival održan je 18. i 19.9.2021. povodom 5. rođendana Mažoretkinja grada Crikvenice. U subotu 18.9.2021. je na Trgu Stjepana Radića u Crikvenici u 11h održana kratka prezentacija mažoret timova Primorsko-goranske županije, a u sportskoj dvorani održane su gimnastičke i plesne radionice mažoret timova te Open natjecanje. Festival je u organizaciji Mažoretkinja Grada Crikvenice.

/ Predavanje – samoniklo jestivo bilje našeg kraja (sufinanciranje: 600,00 kn)

Predavanje pod nazivom: Samoniklo jestivo bilje našeg kraja (u šetnju po ručak) organizirala je Udruga umirovljenika Grada Crikvenice i Općine Vinodolske. Predavanje je održano 27. rujna 2021. u 16 sati u caffe baru Figar (pored Gradskog plivališta).

Manifestacije koje nisu održane (a trebale su biti sufinancirane prema javnom pozivu):

- Boćarski kup "Sv. Jakov"- 24.-27.7.2021. – organizator: BK Sv. Jakov
- 4. Savate open Crikvenica- 4.9.2021. – organizator: Savate klub "Reful"
- 8.XCM maraton Crikvenica- 19.9.2021. – organizator: BK Crikvenica
- 3. Međunarodni veteranski rukometni turnir "Crikva 2021"- 18.-20.6.2021. – organizator: ŽRK Murvica
- Međugradske igre na trgu- 12.6.2021.- organizator: UUGC "Sunce"
- Uvod u jesen- 25.9.2021. .- organizator: UUGC "Sunce"
- Kup Svetog Jakova- 4.4.2021. – organizator: ŠRD Tunera
- 4. Skup auto-tuning susreta Stance Adria- 3.-5.9.2021. – organizator: obrt Ahel
- Folklorni festival "Summer in Kvarner"- 1.8., 8.8.2021.- organizator: Arriva Autotrans
- 14. Grand Prix "Crikvenica"- 8.8.2021.- organizator: PŠRD Arbun
- Balustrada walks- vikendi u rujnu – organizator: obrt Levant
- Međunarodni folklorni festival "Adriatica folk fest 2021."- 21.8.2021. – organizator: Udruga "Hrvatski folklorni festival"
- Etno-Sretno Selce- 17.7.2021.- organizator: KUD Neven
- Večer ribarske tradicije- tijekom srpnja i kolovoza – organizator: obrt Ella
- Ljetne ribarske večeri u Selcu- u kolovozu i rujnu (5 TERMINA)- organizator: obrt Ella
- Ribarske fešte u Jadranovu- 16.7., 6.8., 13.8.2021. (3 termina) – organizator: Krasnica d.o.o.
- Sajam vina- lipanj 2021. / studeni – organizator: Udruga vinogradara, vinara i maslinara "Sveta Lucija"
- Likovna kolonija Kotor- lipanj 2021. – organizator: Katedra čakavskog sabora "Kotor"
- Dramaljsko ljeto- Ribarske fešte u lučici Pazdehova- 28.6., 7.8., 13.8.,21.8., 10.9.2021. (5 termina) – organizator: obrt Rudi
- Ljetni koncerti 2021.- 22.7., 12.8., 26.8.2021. (3 termina) – organizator: KUD Martin Matetić
- Pjesmom i plesom kroz Crikvenicu- 3 srijede u srpnju i kolovozu (3 termina) – organizator: KUD Vatroslav Lisinski
- Plesna predstava "Dance Queen"- 27.6.2021. – organizator: Plesni klub Dance Queen
- 12. Smotra klapa- lipanj ili rujan 2021. – organizator: KUD Jelena
- Večer klapske pjesme- 6.7.2021. – organizator: KUD Jelena
- Večer primorske pjesme- 27.7.2021. – organizator: KUD Jelena
- Dramaljska noć- 7.8.2021. – organizator: KUD Jelena
- Pozdrav ljetu- 10.9.2021. – organizator: KUD Jelena
- Ljetne ribarske večeri u Selcu- lipanj i srpanj (5 termina) – organizator: Stipe, obrt za trgovinu i ugostiteljstvo
- Regata drvenih barak- 17.7.2021. – organizator JK Jadro
- Svi za Crikvu 2021- 25.-27.6.2021. – organizator: Ženski odbojkaški klub "Crikvenica"

Popis manifestacija od 1.1. do 31.12.2021. godine koje je TZG Crikvenice organizirala, suorganizirala, sufinancirala ili na neki način podržala:

- | | |
|--------------|--|
| 9.1.- 17.2. | Maškare (Virtualne maškare u Crikvenici) |
| 19.- 21.3. | Crikvenička regata- Crikvenica |
| 23.- 25.4. | Crikvenica Spring Cup 2021- Crikvenica |
| 30.4.- 31.5. | Proljeće na Rivijeri Crikvenica – Rivijera Crikvenica |
| 20.- 23.5. | Festival cvijeća – Crikvenica |
| 21.- 23.5. | Dani lovora- Crikvenica |
| 29.- 30.5. | Jestival jagoda – Selce |
| 1.- 30.6. | Mjesec plave ribe – Cesta plave ribe – Rivijera Crikvenica |
| 4.6. | Glazbene DJ večeri u Preradovićevoj- Crikvenica |

- 8.6.- 30.9. Izložba "Blago jadranskog podmorja" - Crikvenica
- 10.- 13.6. Dječji međunarodni nogometni turnir "CRIKVENICA CUP 2021." - Crikvenica
- 11.6. Glazbene DJ večeri u Preradovićevoj- Crikvenica
- 18.6. Glazbene DJ večeri u Preradovićevoj- Crikvenica
- 20.6. Selce pleše- Selce
- 24.6. Ivanjski krijes- Crikvenica
- 25.6. Fešta od tune- Jadranovo
- 25.6. Glazbene DJ večeri u Preradovićevoj- Crikvenica
- 26.6. Teniski turnir u Crikvenici- Crikvenica
- 1.7. Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce"- Crikvenica
- 3.7. Selce Open – regata- Selce
- 3.7. Glazbene ljetne večeri u Crikvenici – Trio Splash- Crikvenica
- 5.7. Glazbene ljetne večeri u Selcu – Baruffa – Selce
- 7.7. Večer ribarske tradicije- Selce
- 8.7. Melodije s okusom mora u Dramlju – klapa Histri- Dramalj
- 8.7. Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce"- Crikvenica
- 9.7. Proslava 110 g. KUD-a "Neven" Selce- Selce
- 10.7. Glazbene ljetne večeri u Crikvenici – In Between – Crikvenica
- 11.7. Nastup zbora KUD-a "Neven" Selce- Selce
- 15.7. Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce" – Crikvenica
- 15.7. Primorska noć- Crikvenica
- 17.7. Jakovarska vesla- Jadranovo
- 17.7. Teniski turnir u Crikvenici
- 22.7. Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce"
- 22.7. Nastup Limene glazbe Selce
- 22.7. Primorska noć- Selce
- 24.7. 6. Crikvenica pod misečinun
- 25.7. Nastup zbora KUD-a "Neven" Selce
- 25.7. 43. Stolnoteniski turnir "Plaža Crikvenica"
- 27.7. Primorska noć- Selce
- 29.7. Primorska noć- Crikvenica
- 4.8. Dan turizma u Selcu
- 6.8. Primorska noć- Selce
- 10.8. Primorska noć- Selce
- 10.8. Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce"
- 11.8. Večer ribarske tradicije- Crikvenica
- 12.8. Melodije s okusom mora u Dramlju – klapa Tić
- 12.8. Otvorenje izložbe "11 desetljeća KUD-a Neven Selce"
- 12.8. Nastup Limene glazbe Selce
- 12.8. Primorska noć – Crikvenica
- 13.8. Primorska noć- Selce
- 13.8. Boćanje- ogled kadetskih boćarskih reprezentacija Hrvatske i Slovenije
- 13.8. Večer primorske pjesme- Klapska večer na Veloj paladi – Klapa Tramuntana
- 13.8. Glazbene ljetne večeri u Selcu – Tremolo- Selce
- 14.8. Teniski turnir u Crikvenici
- 15.8. 111. Plivački maraton Šilo-Crikvenica
- 15.8. Stolnoteniski turnir- 7. Open Crikvenica
- 15.8. Tribute night – Abbazia (Abba)
- 17.8. Primorska noć- Selce
- 17.8. Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce"
- 18.8. Večer ribarske tradicije – Selce
- 19.8. Primorska noć- Crikvenica
- 19.8. Melodije s okusom mora u Jadranovu – A. Krištofić, M. Žmak i M. Market Sindik
- 20.8. Večer primorske pjesme- Klapska večer na Veloj paladi – Klapa Senjkinje

22.8.	Tribute night – Disco Magic Band
22.8.	Glazbene ljetne večeri u Selcu – Link Band- Selce
22.8.	Nastup zbora KUD-a "Neven" Selce
24.8.	Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce"
25.8.	Večer ribarske tradicije- Selce
26.8.	Nastup Limene glazbe Selce
26.8.	Melodije s okusom mora u Dramlju – Joso Butorac
26.8.	Basket Tour 3X3
27.- 29.8.	32. međunarodni turnir veterana u košarci "Old stars Zagreb 2021."
28.8.- 4.9.	55. Ribarski tjedan
28.8.	Likovna radionica za djecu – Ribarski tjedan
28.8.	Noć vaterpola
28.8.	Otvorenje ribarskog tjedna – nastup Koktelsi
29.8.	Smotra i regata drvenih barak
29.8.	Nastup klape Tramuntana
29.8.	Susret primorskih zborova
30.8.	Jedrenje s gostima
30.8.	Predstava na čakavštini – 3,2,1 – GLASAJ
30.8.	Večer ribarske tradicije – Crikvenica
31.8.	Primorska noć
31.8.	Nastup folklorne sekcije UUGC "Sunce"
1.9.	Nastup na brodu: Joso Butorac, klapa Vinčace i Trio Vivak
2.9.	ČA Fest
2.9.	Izložba na Trgu Stjepana Radića "Ribarski tjedan"
2.- 4.9.	Festival vina "Vino s okusom soli"
3. i 4. 9.	MIK 2021
4.9.	Jedriličarska regata krstaša "Ribarski tjedan"
17.9.- 31.10.	Jesen u Crikvenici – Experience Crikvenica
17.- 19.9.	Trka oko Krka
18.- 19.9.	Crikvenica Majorette Festival
18.- 19.9.	World Wellness Weekend u Crikvenici
23.- 26.9.	Festival cvijeća
25.9.	Vaterpolo- "Ljetni kup Istre i Kvarnera"
27.9.	Predavanje- Samoniklo jestivo bilje našeg kraja
1.10.	Cro Race
16.10.	25. Državne športske igre dragovoljaca i veterana domovinskog rata RH "Crikvenica 2021"
4.- 5. 11.	9. CIHT
23.- 25.11.	Burza „Put“
25.11.	Proslava sv.Katarine
28.11.	10. Adria Advent Maraton
Prosinac	Advent u Crikvenici

2.5.2.2.

Pogodnosti za privatne iznajmljivače

TZG Crikvenice aktivno provodi niz aktivnosti i projekata kao podršku turističkoj industriji na svome području. Zbog specifičnih uvjeta uzrokovanih pandemijom osmišljene su dodatne aktivnosti kao direktna pomoć obiteljskom smještaju na području Grada Crikvenice.

Marketinške aktivnosti iznajmljivača

Objavljen je **Javni poziv za prijavu programa financiranja marketinških aktivnosti iznajmljivača u okviru programa rada TZG Crikvenice za 2021. godinu**. Sufinancirala su se ulaganja u marketinške aktivnosti do maksimalnog iznosa od 1.000,00 kn po iznajmljivaču, a do najviše 50% ukupnih troškova ulaganja i to za

sljedeće aktivnosti: fotografiranje interijera i eksterijera smještajnih objekata, izrada video zapisa interijera i eksterijera smještajnih objekata, nabava softvera za vođenje obiteljskog smještaja (channel manager), izrada promidžbenih materijala (prospekti, letci, posjetnice i dr.). Cilj je podignuti kvalitetu prezentacije i promocije objekata u obiteljskom smještaju, a svi detalji nalaze se u *Kutku za iznajmljivače* na web stranici www.rivieracrikvenica.com.

Kartica za iznajmljivače

Kako bi podržala turističke subjekte na svome području, TZG Crikvenice aktivno provodi niz aktivnosti i projekata. Pored redovnih aktivnosti, zbog specifičnih uvjeta uzrokovanih pandemijom osmišljene su dodatne mogućnosti sufinanciranja i pogodnosti, osobito za obiteljski smještaj, koji ima značajan udio u ukupnom broju turističkih noćenja na Rivijeri Crikvenica.

Tako je pokrenut projekt pod nazivom **Kartica za iznajmljivače**. Ova kartica privatnim iznajmljivačima omogućuje korištenje raznih pogodnosti i popusta na proizvode i usluge pri uređenju i opremanju smještajnih kapaciteta te pripremanju objekata za turističku sezonu. Karticu mogu preuzeti registrirani privatni iznajmljivači, a koji su evidentirani u sustavu eVisitor i koji nemaju nepodmirenih obveza prema TZG Crikvenice. Projekt je zamišljen kao dugoročan, a preuzimanje kartica je krenulo od 1.6.2021.

Cilj projekta je povezivanje lokalnih gospodarstvenika i privatnih iznajmljivača koji će rezultirati povećanjem potrošnje u lokalnom gospodarstvu.

Partneri gospodarstvenici/obrtnici su: Salon zavjesa "Anabella"; "Betula" d.o.o. - trgovina keramike i sanitarne opreme; Cvjećarnica "Bubamara"; "Dijob" d.o.o - trgovina vodovodnog materijala, instalacijskog materijala za grijanje, solarni sistemi, oprema za kupaonice; Trgovina elektromaterijala, kućanskih i elektronskih uređaja "Eldom"; "Frigo Kvarner" d.o.o. - prodaja, montaža i servis klima uređaja; Obrt za visokotlačna čišćenja i uređenja krajolika "H2O"; "Klement Studio" – fotografiranje apartmana; "Lanavi Pharm" d.o.o., specijalizirana prodavaonica lijekova i medicinskih proizvoda; Cvjećarna "Ljubica" d.o.o.; Obrt "Vodoinstalacije Maro-Gustić", odštopavanje, vodoinstalacije, solarni sistemi i ostale instalacije; Trgovački obrt Pelić, prodavaonica željezne robe, boje i stakla, električnih aparata za kućanstvo i dr.; "Staklarna Crikvenica"; "Storm" - prodaja i servis računala, prodaja računalne opreme, prodaja i postavljanje alarma i videonadzora; Obrt za trgovinu "Toaletico" - trgovina higijenske konfekcije i sredstava za čišćenje; Oxy G j.d.o.o.- pranje i kemijsko čišćenje tekstila i proizvoda, čišćenje kuća i apartmana; Fotografaska radnja "Foto Ivančić"; Obrt "Krojački salon Ella"; Obrt za klimatizaciju "Frosty"- prodaja, montaža i servis klima uređaja; Stolarska radnja "Hrast" i "Matej Floors" d.o.o., prodaja i postavljanje parketa, laminata, PVC vinilya, drvenih i wpc decking terasa.

Ponuda za koju iznajmljivači mogu osigurati popust se može pronaći na web stranici www.rivieracrikvenica.com.



Preporuke i prijedlozi za subjekte u turizmu

TZG Crikvenice konstantno i promptno obavještava sve turističke djelatnike o novostima i mjerama donesenima upravo kako bi sigurnost stanovnika i gostiju bila na što višoj razini. U suradnji sa Stožerom civilne zaštite Grada Crikvenice i ostalim važnim dionicima uključenim u sigurnost destinacije, tijekom cijele prošle turističke sezone donošene su potrebne odluke, a tako će se i nastaviti ovisno o daljnjem razvoju epidemiološke situacije. Rivijera Crikvenica iznimno promovira zdravstveni turizam, a samim gostima je na raspolaganju PCR i brzo antigensko testiranje i u Crikvenici na 6 lokacija, a u sezoni i turistička ambulanta te vjerujemo da i to pridonosi osjećaju sigurnosti gosta. Privatni iznajmljivači i hotelijeri svjesni su obaveze ulaganja u svoje objekte i važnosti pridržavanja svih mjera propisanih od strane HZJZ-a te na području Rivijere Crikvenica svi turistički djelatnici i dalje ulažu maksimalni trud da se svi gosti, a i oni sami osjećaju sigurno.

Safe stay in Croatia

Safe stay in Croatia nacionalna je oznaka sigurnosti koja se besplatno dodjeljuje dionicima iz hrvatskog turističkog sektora i ostalima koji su dio lanca putovanja, poput prijevoznika, zračnih luka, kolodvora, nautičkih luka i marina, a koji se prijave u sustav te ispune prijamni obrazac kojim potvrđuju i jamče poštivanje i provođenje aktualnih zdravstvenih i sigurnosnih preporuka Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo. Isto tako dodjeljuje se i iznajmljivačima. Poštivanje mjera uključenih u protokole nadzire se kroz sustav Ministarstva turizma i sporta, strukovnih udruga u turizmu te samih korisnika usluga u turizmu kojima je omogućeno uputiti prijavu i/ili komentar na mrežnoj stranici www.safestayincroatia.hr u rubrici pod nazivom „Dojmovi“. Prilikom prijave objekt potvrđuje da poštuje i provodi propisane mjere navedene vezane za:

- Opća pravila za zaposlenike
- Opća pravila za goste
- Čišćenje objekata
- Smještajnu jedinicu/objekt

Nakon što objekt zaprimi obavijest da je uvršten u popis nositelja nacionalne oznake sigurnosti Safe stay in Croatia, istodobno će zaprimiti i obavijest kako je oznaku u fizičkom obliku moguće preuzeti u lokalnoj turističkoj zajednici koja djeluje na području na kojem je se objekt nalazi, odnosno gdje pruža usluge u turizmu.

Na web platformi <https://www.safestayincroatia.hr/> mogu se pronaći informacije o tome što Safe stay in Croatia predstavlja, preuzeti sigurnosne oznake i ostaviti svoje dojmove.

Između ostalog, uvjet koji objekti u domaćinstvu moraju ispunjavati je osigurati sigurnosni komplet za svoje goste (Safety Kit - zaštitne maske, rukavice, dezinficijens). **Svim iznajmljivačima, koje su se uključili**



u projekt, TZG Crikvenice je omogućila besplatne početne sigurnosne komplete (Safety kit) u količini sukladno broju smještajnih jedinica - kreveta. Sigurnosni kompleti su se mogli preuzeti u TIC-evima Crikvenica, Dramalj, Jadranovo i Selce gdje su se mogle saznati i dodatne informacije o projektu Safe stay in Croatia.

Besplatno oglašavanje

Iznajmljivačima se nudi **mogućnost besplatnog oglašavanja** objekata u domaćinstvu na web stranici TZG Crikvenice (www.rivieracrikvenica.com) s ciljem bolje prezentacije i popunjenosti objekata. Zahtjev za objavu smještajnog kapaciteta podnosi se osobno putem web stranice www.rivieracrikvenica.com, a postupak prijave traje nekoliko minuta. Potrebno je ispuniti obrazac „Smještajni kapaciteti“ koji se nalazi na dnu web stranice www.rivieracrikvenica.com u odjelu „Servisne informacije“. Djelatnici TZG Crikvenice pružaju pomoć pri ispunjavanju obrasca, ukoliko je potrebno.

Besplatni promotivni materijali

Iznajmljivači se pozivaju na **preuzimanje promotivnih materijala** destinacije kako bi upotpunili ponudu u svojim objektima i omogućili dodatnu prezentaciju destinacije gostima. Materijale mogu preuzeti u TIC-evima Crikvenica, Dramalj, Jadranovo i Selce.

2.5.3.

Potpore programima DMK

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U 2021. godini donesena je odluka o potpori projektu DMK Via Mee – Adria Advent Maraton u iznosu od 40.000,00 kn koji se održava krajem studenog.

Adria Advent Maraton manifestacija je koja se održava svake godine prve nedjelje Adventa i cilj mu je produžiti sezonu. Trčale su se utrke maratona, polumaratona, utrke građana, utrka djece i utrka kućnih

ljubimaca. U 2021. godini trčalo je 527 trkača u nedjelju, a u subotu se je organizirala utrka za djecu gdje je trčalo 267 djece

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj turističkog proizvoda te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem promocije destinacije i regije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

40.000,00 kn

3.

Komunikacija i oglašavanje – 976.628,34 kn

3.1.

Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Koordinacijsko tijelo Strategije CVR koordiniralo je zadaće i donosilo odluke pa su pokrenute brojne aktivnosti u okviru razvojnih programa akcijskog plana.

Osim aktivnosti koje su dio akcijskog plana, Koordinacijsko tijelo donijelo je odluku o raspisivanju natječaja za novi vizualni identitet CVR koji je i odrađen te je krajem 2020. godine odabran novi vizualni identitet i slogan CVR.

Nakon otvaranja svih pristiglih prijava Ocjenjivački sud je izabrao rad tvrtke Hyper dizajn d.o.o. iz Zagreba. „Novim vizualnim identitetom CVR prikazana je kao dinamična rivijera rekreacije i zdravlja. Navedena značajka reflektira se kroz krajolik i razne mogućnosti aktivnosti koje nudi. Znak je izveden iz stiliziranih izohipsa i izobata područja rivijere. Stilizirani prikaz pulsa srca odražava rekreaciju jednako kao i zdravlje. Organska forma znaka komunicira sve ono što je Rivijera, bogata i raznolika destinacija koja pruža savršen odmor i relaksaciju s jedne strane te dinamiku različitih aktivnosti s druge. Za tipografski dio logotipa odabran je font Philosopher- serifni font čiji serifi imaju naznake samog znaka. Serifi tekstu daju živost i dinamiku.“- smatraju kreatori pobjedničkog idejnog rješenja.

Slogan komunicira kontakt čovjeka sa samim sobom i okolinom koja ga okružuje. Obzirom na veliki broj različitih turističkih proizvoda, predloženi su brojni slogani poput Puls vitalnosti, Puls grada, Puls igre, Puls tijela, Puls zabave, Puls vremena, Puls prirode, Puls vjere, Puls života. Ocjenjivački sud je odlučio da slogan “Puls života” u potpunosti zaokružuje cijeli koncept i priču Rivijere te ga je odabrao kao glavni slogan Rivijere.

Paralelno s gore opisanom aktivnosti turističke zajednice Crikveničko-vinodolske rivijere pripremale su nove biciklističke i planinarske staze te šetnice. Trasirana je potpuno nova mreža biciklističkih staza na CVR te će se turistima ponuditi 10 novih





biciklističkih ruta koje sadrže 2 cestovne, 4 trekking i 4 MTB staza, ukupne duljine od 419 km. Također se napravljena i nova, turistima prilagođenija mreža planinarskih staza i turističkih šetnica, u kojoj je većina staza kružnog oblika, a obzirom na različite visinske profile svaki zaljubljenik u prirodu će pronaći stazu koja mu odgovara. Radi se o većem broju manjih kružnih planinarskih staza i šetnica prilagođenijim turistima. Neke od staza moći će se koristiti i za trail pa se time zaokružuje bogata ponuda sadržaja na otvorenom CVR. Turističke zajednice CVR pripremile su i nove promotivne materijale CVR. Odrađene su sve aktivnosti za izdavanje novog promotivnog materijala – Outdoor brošure CVR, koja uključuje objedinjene sadržaje za aktivni odmor na CVR. Uz brošuru se pripremaju i dvije nove karte: Karta biciklističkih staza, koja je završena tijekom 2021. g. i Karta planinarskih staza i turističkih šetnica, na kojoj će se raditi početkom 2022. Materijali će se, osim u info centrima, prezentirati na sajmovima, studijskim grupama agenata, touroperatora i novinara, prezentacijama, online kanalima i svim drugim promotivnim aktivnostima te svakako predstavljaju motiv dolaska na rivijeru, osobito izvan glavne turističke sezone. Uz ostale

turističke sadržaje izvrsno se mogu nadopunjavati, kako bi turisti tijekom cijele godine imali kvalitetnu ponudu i odlučili se za boravak na našem području. Cijeli ovaj projekt bit će završen do početka turističke sezone 2022. Promotivne aktivnosti se nastavljaju realizacijom zajedničke web stranice CVR, na kojoj će se predstaviti cjelokupna turistička ponuda te omogućiti turistima puno lakše snalaženje u prostoru. Za potrebe promocije realizirano je snimanje promotivnog videa CVR, tako da uskoro CVR imati cijelu paletu digitalnih i tiskanih promotivnih materijala.

Primjena zajedničkog vizualnog identiteta te slogana realizirana je kroz izradu potpuno nove web stranice CVR, promotivnih materijala za biciklističke i planinarske staze, outdoor brošure, promotivnog videa, oglasa za oglašavanje sa sustavom TZ-a s područja Kvarnera i dr. Troškovi realizacije uključuju usluge dizajna, troškove tiska i ostale troškove, ali se knjiže na druga mjesta troška.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Poticanje stvaranja snažnog imidža i prepoznatljivosti CVR na ciljnim tržištima, jasne identifikacije i diferencijacije na ciljnim tržištima te stvaranje objedinjavajućeg vizualnog faktora turističkog sektora Crikveničko-vinodolske rivijere. Obzirom da je outdoor ponuda trenutno najspremniji turistički proizvod CVR, odlučeno je upravo krenuti s povezivanjem dionika u skladu sa strateškim dokumentima i odrednicom da je CVR dinamična rivijera rekreacije i zdravlja.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Turistička zajednica Grada Novi Vinodolski, Turistička zajednica Vinodolske općine

Realizacija:

0,00 kn

3.2.

Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Prilagođavajući se stanju na svjetskom turističkom tržištu i procjenama kretanja sukladno pandemiji, TZG Crikvenice je vrlo oprezno izradila media plan oglašavanja prema tržištima, proizvodima i kanalima oglašavanja, koji se u više navrata prilagođavao „last minute“ potrebama. Oglašavanje je realizirano online i offline kanalima, a u okviru ove stavke realizirane su i aktivnosti upravljanja društvenim mrežama te priprema i slanje newslettera.

Troškovi realizacije uključuju upravljanje društvenim mrežama, oglašavanje u specijaliziranim online i offline časopisima s naglaskom na tržišta koja su u najužem fokusu Rivijere Crikvenica, pisanje tekstova te pripremu oglasa i odredišnih stranica, suradnju s raznim online portalima i mrežama online portala za opću promociju destinacije i posebnim tematskim kampanjama po turističkim proizvodima, suradnju s lokalnim, regionalnim i nacionalnim medijima u oglašavanju manifestacija i ostalo.

Oglašavanje – online i offline

Realizirana je suradnja u specijaliziranim materijalima za „bajkerske“ goste, oglas u časopisu Nika Hrvaška u okviru najvećeg slovenskog medija dnevnik.si s dodatnim PR člankom u svibnju i lipnju, oglas u časopisu Way to Croatia te oglas u posebnom prilogu Novoga lista povodom Svjetskog dana turizma. Odrađena je i suradnja s portalom Pink Pen s opisom 10 razloga zašto posjetiti našu rivijeru.

Također se ponovo dogovorilo oglašavanje u kombinaciji s hotelskom kućom Jadran d,d, u katalogu TUI za Hrvatsku.

Posebni naglasak stavljamo na kampanje koje su odrađene sa suradnikom Sincro iz Slovenije:



-Oglašivačka kampanja koja je uključila reportažu i PR članak u e-reviji Potnik.si te objave na društvenim mrežama u razdoblju 14.07.2021. – 03.08.2021. Ova aktivnost rezultat je studijskog putovanja jednog novinara i fotografa sredinom lipnja, kojem je pripremljen trodnevni program upoznavanja destinacije, prezentacija gastronomske ponude s posebnim naglaskom na Mjesec plave ribe, panoramski izlet brodom i razgled muzeja, akvarija i drugih sadržaja. U dogovoru s kolegama iz Novog Vinodolskog novinaru je produžen boravak te je reportaža proširena i turističkom ponudom susjedne destinacije. Rezultati

kampanje su odlični – revija je otvorena gotovo 60.000 puta, a naš članak je pročitao 4109 osoba; poslana je na 186.372 adrese dana 14.7.2021. (u trenutku u kojem su Slovenci nakon lockdown-a odlučivali o destinaciji svog odmora); objave su plasirane na Facebook, stranicama Potnik.si, LikeOut.net i Objemi Hrvaško – FB, Instagram i Twitter usmjerene ka 200.000 pratitelja, koje je vidjelo 42.726 pratitelja.

-Oglašivačka kampanja za manifestaciju Experience Crikvenica – Gastro, Outdoor, Wellness koja se sastojala od FB kampanja na Objemi Hrvaško-doseg 30.000 korisnika u Sloveniji. Kampanja se prilagođavala različitim dobnim skupinama i interesima sa specifičnim porukama. Dosegla je gotovo 55.231 korisnika u Sloveniji koji su se uključili u komentare 832 puta s 315 klikova na našu web stranicu. Nadalje, odrađene su dodatne dvije FB najave na Objemi Hrvaško te jedna na Potnik.si, dijeljenje na Story i FB grupu Objemi Hrvaško, objave na Instagram i Twitter te web stranici. Za razliku od plana, kampanja je višestruko premašila doseg na slovenskom tržištu te je ocijenjena odlično.

Za manifestaciju Experience Crikvenica odrađena je i posebna kampanja 24.9.-29.10.2021. ClickTag na Dnevnik.hr, Gol.hr, Zadovoljna.hr, Punkufer.hr, zatim mDnevnik.hr, mZadovoljna.hr, mGOL.hr, mPunkufer.hr, mFolder.hr, m Zimo.hr, Hrt.hr, Novine.hr, Centarabave.com, Grebza.com, She.hr, Profitiraj.hr, Zagrebonline.hr, koja je imala 836.590 prikazivanja te 20.198 klikova.

TZG Crikvenice realizirala je cjelogodišnju suradnju s internetskim radijom – Radio Kaštel, koji objavljuje novosti i informacije o svim aktivnostima usmjerenih turističkom sektoru, lokalnom stanovništvu te svim potencijalnim posjetiteljima i turistima.

Nastavljena je pretplata popularnog časopisa Apartman Plus – specijalizirani časopis za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu, koju TZG Crikvenice omogućuje svim registriranim iznajmljivačima. Ova suradnja pokrenuta je 2019. godine, traje kroz cijelu prošlu i ovu godinu te je izgledno da će se nastaviti i u budućnosti.

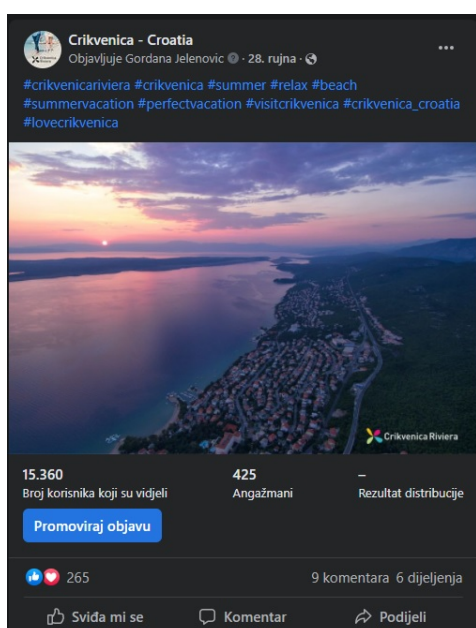
Društvene mreže

Društvene su mreže oduvijek imale značajnu ulogu u komunikaciji s gostima i bile važan dio marketinga. U doba pandemije njihova je uloga višestruko porasla, promijenili su se standardi komunikacije i oglašavanja, a time su došli i novi zadatci korisnicima koji ovakve platforme koriste za svakodnevnu komunikaciju s klijentima. TZG Crikvenice povećala je svoju aktivnost na društvenim mrežama, posebice na Instagram i Facebook profilu, a u nešto manjoj mjeri i na YouTube kanalu.

Podsjetimo, TZG Crikvenice nekoliko godina unazad ima otvorene profile:

Facebook

- *@rivieracrikvenica* namijenjen za svakodnevnu komunikaciju i predstavljanje destinacije širokom tržištu u potpunosti vođenu na engleskom jeziku
- *@maskarecrikvenica* za povremenu komunikaciju u periodu projekta „Maškare u Crikvenici“ sa svrhom promocije manifestacije i informiranja lokalnog / regionalnog stanovništva o aktivnostima na temu maškara vođenu na hrvatskom jeziku
- *@silo.crikvenica* za komunikaciju o manifestaciji Plivački maraton Šilo-Crikvenica te provedbu registracije natjecatelja vođenu paralelno na hrvatskom i engleskom jeziku



- *@CIHTConference* za informiranje o provedbi Međunarodne konferencije zdravstvenog turizma – Crikvenica International Health Conference vođenu na engleskom jeziku

Youtube

- *Crikvenica Riviera* - službeni YouTube kanal TZG Crikvenice za distribuciju promotivnih videa i podcasta
- *CIHT Conference* - službeni kanal CIHT konferencije za distribuciju promotivnih videa, predstavljanje konferencije te medij za reprodukciju snimaka sa konferencije

Instagram

- *crikvenica_croatia* namijenjen za svakodnevnu komunikaciju i predstavljanje destinacije širokom tržištu

Tijekom 2021. godine pokrenuto je nekoliko marketinških kampanja u cilju promocije destinacije i postizanja većeg broja pratitelja društvenih mreža. Godina je započela kampanjom za Maškare, koje su u potpunosti bile u online izdanju (virtualne maškare), a u njihovoj su realizaciji korištena sva tri kanala komunikacije. Preko YouTube kanala promovirali smo podcaste s ključnim imenima na crikveničkoj maškaranoj sceni u kojima je glavna tema bila povijest maškaranja na Rivijeri Crikvenica dok su Facebook i Instagram profili služili kao medij za promociju starih fotografija i svakodnevnu komunikaciju s ljubiteljima maškara. U periodu maškara kreirane su razne kampanje u svrhu promocije manifestacije za lokalno tržište.

Plaćene kampanje na društvenoj mreži Facebook nastavile su se u ožujku kada samo u suradnji s Jadran d.d. izradili promociju outdoor aktivnosti i promociju Crikvenice kao savršene destinacije za zaljubljene (uoči Dana žena) te putem nagradnog natječaja nagrađivali korisnike besplatnim odmorom u hotelu Esplanade od 5. do 7. ožujka 2021. godine.

U travnju, svibnju i lipnju kreirali smo kampanje posvećene promociji Rivijere Crikvenica kao savršene destinacije za outdoor i gastro aktivnosti. U sklopu projekta „Proljeće na Rivijeri Crikvenica“ promovirani su ugostiteljski objekti uključeni u projekt koji su nudili menije od tri slijeda po promotivnoj cijeni od 100 kuna, a također je promoviran i „Vikend rekreacije“ u sklopu kojega su predstavljeni besplatni programi rekreacije na otvorenom u organizaciji TZG Crikvenice. Dodatno su kreirane još tri plaćene kampanje koje su za cilj imale nagrađivanje aktivnih korisnika Facebook stranice, a tematski su također orijentirane outdoor i gastro aktivnostima.

Obujmom najveća kampanja pokrenuta je u rujnu pod nazivom Experience Crikvenica-Gastro/Outdoor/Wellness putem koje su promovirane jesenske aktivnosti u organizaciji TZG Crikvenice, a uključivale su posebnu ponudu jesenskih jela, besplatne vođene rekreativne aktivnosti na otvorenom te opuštajuće wellness programe.

Sve spomenute kampanje ostvarile su očekivane rezultate – povećan je angažman Facebook korisnika, povećan broj impresija i vidljivosti, a posredno je povećan i cjelokupni broj pratitelja Facebook stranice Crikvenica Croatia.

Uz navedene kampanje, TZG Crikvenice provodila je svakodnevne aktivnosti na Instagram i Facebook stranicama uglavnom sačinjene od prikladnih motivacijskih poruka i atraktivnih foto/video sadržaja kako i priliči trenutačnom trendu vođenja društvenih mreža. U budućem razdoblju se planira unaprijediti način vođenja društvenih mreža te proširiti aktivnosti na nove platforme kao bi ostali u trendu s potrebama korisnika.

Viber zajednice

Želja za bržom izmjenom informacija i komunikacijom u realnom vremenu dovela je do kreiranja Viber zajednica. TZG Crikvenice izradila je Viber zajednicu za iznajmljivače i zajednicu za komunikaciju o događanjima na području Rivijere Crikvenica. Provođena je digitalna kampanja putem društvenih mreža



s pozivom na priključenje zajednicama kako bi im se pridružio što veći broj korisnika. Rezultati kreiranja zajednica su brža i jednostavnija komunikacija s lokalnim stanovništvom kroz model „jedan na jedan“ prema kojemu svaki korisnik na svojem mobilnom uređaju dobiva personalnu poruku u realnom vremenu.

Kroz zajednicu za iznajmljivače korisnicima su dostavljane informacije usko vezane uz bavljenje turizmom poput obveza iznajmljivača, promjene uvjeta poslovanja, komunikacija o pogodnostima za iznajmljivače u sklopu projekta „Kartica za iznajmljivače“, detalji o projektima TZG Crikvenice namijenjenih gostima i slične teme.

Putem zajednice za događanja, kontakti su informirani o manifestacijama na području grada uz detaljne opise datuma i vremena održavanja te eventualne izmjene o održavanju. Ova se je

zajednica pokazala kao vrlo dobro rješenje u doba pandemije kada je zbog epidemioloških uvjeta često dolazilo do otkazivanja manifestacija tj. promjene termina/datuma održavanja te su korisnici u najkraćem mogućem vremenu dobivali aktualizirane informacije. Ova je zajednica trenutno vođena na hrvatskom jeziku, a uskoro je u planu i kreiranje zajednice na engleskom jeziku za goste i posjetitelje crikveničke rivijere.

Mailchimp

TZG Crikvenice od ožujka 2018. godine koristi uslugu Mailchimp, platformu za automatizaciju marketinga i uslugu marketinga putem e-maila.

Jednostavno rečeno, ovom platformom možemo jedan e-mail poslati na neograničeni broj adresa što omogućava vrlo brzu isporuku informacija velikom broju klijenata. U praksi, kompanije različitim kanalima, a u skladu sa zakonom o zaštiti osobnih podataka, prikupljaju e-mail adrese i time stvaraju svoju bazu podataka. TZG Crikvenice je početka prethodne godine kreirala bazu od gotovo 6100 e-mail adresa od kojih se za svakodnevnu komunikaciju koristi njih 1450 u koje ubrajamo iznajmljivače s

područja rivijere, medije, turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije te brojne kontakte direktora, ravnatelja i djelatnika različitih institucija i ustanova s područja Crikvenice. Preostali dio baze su e-mail adrese različitih kontakata iz inozemstva uglavnom engleskog i njemačkog govornog područja, a kojima se povremeno dostavljaju tzv. Newsletteri, digitalni marketinški materijali koji sadrže različite vijesti o aktivnostima na području rivijere.

Zaključno s datumom 31.12.2021., TZG Crikvenice poslala je ukupno 61 objavu od čega je 55 objava dostavljeno iznajmljivačima, 40 medijima, 46 hotelima, hostelima, kampovima i zdravstvenim institucijama te 50 objava lokalnim kontaktima. Hoće li se e-mail poslati svim skupinama ili targetiranim, ovisi o sadržaju pojedine objave.

Broj poslanih objava 2021. godine gotovo je jednak broju objava u istom periodu 2020. godine kada je TZG Crikvenice poslala ukupno 60 objava. Obzirom na pandemiju COVID-19 virusa uslijed koje su izostale manifestacije u organizaciji TZG Crikvenice, a time je posredno smanjen i broj objava vezanih uz održavanje različitih događanja na području rivijere, nije došlo do povećanja broja poslanih objava. Podsjetimo, broj poslanih objava u 2019. godini bio je veći za 47% u odnosu na 2020. i 2021. godinu. Platforma Mailchimp omogućava vrlo dobru analitiku. U svakom trenutku moguće je provjeriti koliko kontakata je otvorilo i pročitao pojedinu objavu te koliko ih je reagiralo (*kliknulo*) na fotografiju ili poveznicu unutar objave što nam omogućava uvid u zainteresiranost kontakata po pojedinoj temi/objavi.

E-mail adrese (njih 1444) koje koristimo za učestalu komunikaciju, raspoređene su u četiri skupine:

1. **Iznajmljivači** – 836 adresa – obuhvaća iznajmljivače s područja Rivijere Crikvenica
2. **Mediji** – 169 adresa – obuhvaća e-mail adrese medija na lokalnoj, županijskoj i nacionalnoj razini
3. **Lokalno** – 382 adresa – obuhvaća kontakte direktora, ravnatelja i djelatnika različitih institucija i ustanova s područja Crikvenice
4. **Turizam** – 57 adresa – obuhvaća turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije

Iznajmljivači

U proteklih godinu dana ovoj smo skupini poslali 55 objava. Iako su sve objave isporučene, nisu svi kontakti otvorili i pročitali e-mail. Prosjek otvaranja poslanih objava u periodu 1.1.-31.12.2021. je 39%. Najčitanija tema u ovoj skupini bila je „Ljeto na Rivijeri Crikvenica“ odnosno program ljetnih događanja. Ovu je objavu pročitao 70% kontakata, a značajnije teme koje su imale više od 40% čitanosti vezane su uz pogodnosti za iznajmljivače, obveze iznajmljivača, časopis Apartman Plus, Plivački maraton Šilo-Crikvenica, projekt Experience Crikvenica, biciklističku utrku Cro Race, nogometni turnir Crikvenica Cup, World Wellness Weekend te teme vezane uz Crikveničko-vinodolsku rivijeru (odabir vizuala i slogana).

Mediji

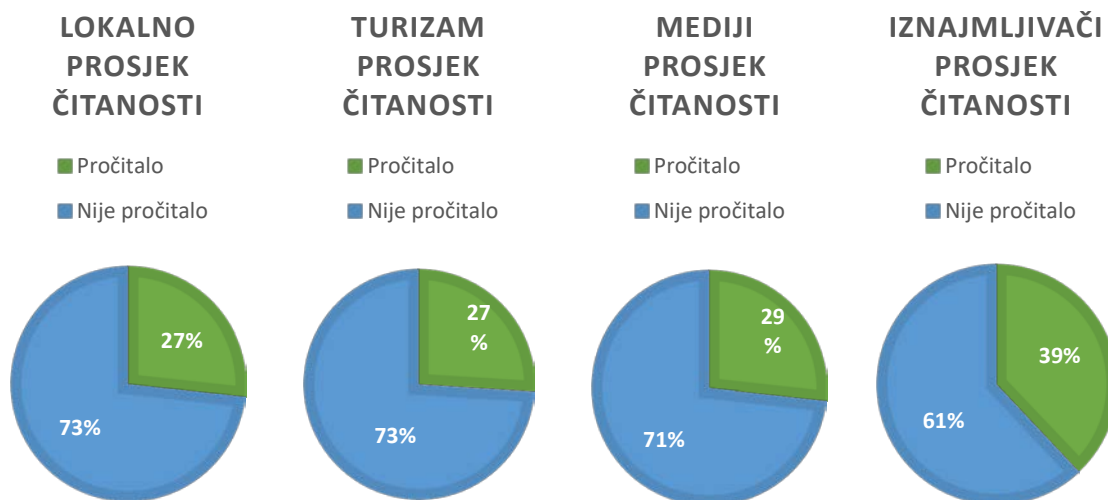
Kontakti u ovoj skupini zaprimili su 40 objava. Prosjek otvaranja bio je 29%. Najčitanija tema ove skupine je „Ljeto na Rivijeri Crikvenica“, a objave koje su imale više od 30% čitanosti su teme vezane za vizual i slogan Crikveničko-vinodolske rivijere, Plivački maraton Šilo-Crikvenica i virtualne Maškare 2020.

Lokalno

Ovoj je skupini dostavljeno 50 objava. Prosjek otvaranja dostavljenih objava je 27% što znači da svaku objavu prosječno pročita oko 100 kontakata ove skupine. I u ovoj je skupini najčitanija bila tema vezana za događanja na rivijeri koju je pročitao 46%, a od tema koje je čitalo više od 30% kontakata su Plivački maraton, Virtualne maškare te odabir slogana i vizuala Crikveničko-vinodolske rivijere.

Turizam

Skupina koja obuhvaća turističke agencije, hotele, hostele, kampove, zdravstvene institucije u proteklih je godinu dana primila 46 objava. Prosječno svaku objavu pročita 27%, odnosno svega 15 kontakata. Najčitanija objava bila je vezana uz Mjesec edukacija na Rivijeri Crikvenica te tema vizuala Crikveničko-vinodolske rivijere. Sve ostale teme imale su gotovo podjednaku čitanost od oko 25%.



U provedbi oglašavanja destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda sljedeća je struktura troškova:

- Usluge promidžbe – oglašavanje, tisak, radio 71.898,25 kn
- Usluge promidžbe – elektronski mediji 15.644,96 kn
- Zakupnine i najamnine 320,97 kn
- Ostali troškovi 62,00 kn
- Ostala porezna davanja 12.424,20 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Marketing destinacije kroz aktivnosti za opću promociju destinacije i posebnih turističkih proizvoda u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima koje osiguravaju povećanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Naprijed navedeno očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja. Turistički proizvodi na koje je stavljen naglasak: rivijera koja je jednako privlačna 365 dana u godini, rivijera s najljepšim plažama, rivijera zdravlja i rekreacije, manifestacije i dr.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, TZG Novi Vinodolski, TZ Vinodolske općine

Realizacija:

100.350,38 kn

3.3.

Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Odnosi s javnošću odnose se na globalni i domaći PR. To uključuje PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebne PR projekte, pressclipping i medijsku analizu na inozemnom i domaćem tržištu.

Na ovoj stavci planirana su i studijska putovanja za predstavnike medija, influencera i blogera u suradnji sa sustavom TZ ili samostalno, koja se organiziraju na inicijativu Predstavništava HTZ-a na području svih hrvatskih turističkih regija, a u suradnji sa sustavom turističkih zajednica (županija, gradova, mjesta ili općina) koji sudjeluje financijski i organizacijski u putovanjima. Studijska putovanja se najčešće organiziraju u pred i posezoni te mogu biti opće turističke tematike ili specijalizirana studijska putovanja, kao na primjer na temu zdravstvenog, outdoor/rekreativnog, sportskog, kulturnog, kamping turizma i sl. U troškove ulaze i troškovi prihvata studijskih grupa, a koji se odnose na aktivnosti medija, influencera i blogera u upoznavanju destinacije, osobito prilagođene njihovim interesima, stvaranju doživljaja i posebnostima turističkog proizvoda.



Tijekom 2021. godine na ovoj poziciji realizirane su sljedeće aktivnosti:

- studijsko putovanje slovenskog novinara Potnik.si (aktivnost objašnjena u točki 3.2.)
- studijsko putovanje blogera iz Slovenije koji je aktivan na sljedećim portalima pag.si; mojacokolada.si; zacimbe.si; belifekombucha.com/sl/; fully.si; uniqlly.net; mojacokolada.hr; konoplja.net; ustvari.si.
- suradnja s brojnim drugim regionalnim, nacionalnim i međunarodnim medijima koji su obilazili destinaciju prilikom istraživanja raznih turističkih tema

Sama struktura troškova je sljedeća:

- ugostiteljske usluge – prihvrat novinara 1.580,00 kn
- ostali troškovi 2.951,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Glavni cilj je osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. To se očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja i s kojih dolaze predstavnici medija/sudionika na studijskim putovanjima. Cilj studijskih putovanja inozemnih predstavnika medija, blogera i influencera je jačanje prepoznatljivosti kao i povećanje prisutnosti turističke ponude Rivijere Crikvenica na globalnom tržištu.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, Jadran d.d.

Realizacija:

4.531,00 kn

3.4.

Marketinške i poslovne suradnje

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Dogovoreno je udruženo oglašavanje subregije Crikveničko-vinodolske rivijere u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i ostalim partnerima na Kvarneru. Također je realizirano udruživanje s predstavnicima turističke ponude na lokalnoj razini, sukladno javnom pozivu za iskazivanje interesa. Obzirom na otežano planiranje oglašavanja sukladno razvoju epidemioloških mjera koje su itekako utjecale na naša emitivna tržišta tijekom 2021. godine, bile su moguće različite kombinacije udruživanja u svim smjerovima, no nije bilo ozbiljnijih inicijativa. Također su bile planirane marketinške suradnje i natjecaji za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima (poput organizatora putovanja – turoperatora i prijevoznici), za koje su se trebala udružiti sredstva sustava TZ, gospodarstvenika (hotelijera i kampova) te jedinica lokalne i regionalne samouprave.

Troškovi realizacije uključuju troškove udruženog oglašavanja s hotelijerima, avio oglašavanje te promotivne aktivnosti u suradnji sa sustavom turističkih zajednica. Raspored ukupnog budžeta za oglašavanje po emitivnim tržištima izrađuje se uzimajući u obzir broj dolazaka s pojedinog emitivnog tržišta, broj i udio noćenja po tržištu, prosječnu dnevnu potrošnju, trend povećanja dolazaka, ukupnu važnost i potencijal određenog tržišta.

Od svega gore navedenog najveća aktivnost dogodila se u suradnji svih većih TZ-a Kvarnera. Za CVR iznos sufinanciranje je ukupno 40.000,00 kn, koji će se po dogovorenom ključu rasporediti na sve tri TZ s područja CVR.

Kampanja koja je uključivala TZ Kvarner, Cres, Crikveničko – vinodolsku rivijeru, Gorski kotar, otok Krk, Mali Lošinj, Opatijsku rivijeru, Rab i Lopar, te Riječko područje, bila je aktivna na 5 europskih tržišta: Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija i Češka. Svaka turistička zajednica je imala udio na dva tržišta koja su bila u fokusu (odabrana od te TZ-e), a TZ Kvarnera kao nositelj kampanje, bio je prisutan na svim

tržištima. Formati i kanali koji su bili aktivni, fokusirali su se na vidljivost destinacija s Kvarnera kroz display oglašavanje, ali i content formate na njemačkom, austrijskom i češkom tržištu gdje se kroz priču na relevantnom mediju promovirala turistička ponuda destinacije odnosno proizvod.

Content (sadržaj) koji je bio aktivan na gore spomenutim tržištima pročitano je ukupno 17.359 puta. Sadržaj objavljen na njemačkom tržištu u mreži regionalnih portala i postigao je 5.557 čitanja. Na austrijskom tržištu, aktivan je bio advertorial na portalu Oe24 i postigao je 3.332 čitanja. Na češkom tržištu isti članak bio je aktivan na portalima Seznamzpravy.cz (dok je promocija traffic drivera koji su vodili na članak bila na Seznam.cz) – članak je ostvario 6.224 čitanja, a na portalu Super.cz 2.246 čitanja. Cjelokupna kampanja postigla je 65.852.753 impresije i 51.853 klika prema web stranicama TZ-ova. Kampanja je osmišljena na način da klik na kreativu svake pojedine destinacije vodi na web stranice destinacije pa su tako uključeni bili zastupljeni svojim vizualom na oglasu, komunikacijom kroz sadržaj ili i kroz promet na vlastitoj web stranici.

Ciljevi i strategija kampanje

Primarni cilj kampanje bio je promocija Kvarnera kao destinacije za odmor te turističke ponude u destinacijama na Kvarneru. Kampanja je uključivala 9 sudionika, a svaki od sudionika bio je zastupljen i u samostalnom oglašavanju na 2 odabrana tržišta. Promet na tim formatima vodio je na web stranicu svakog pojedinog sudionika. U content / sadržaj formatima zastupljene su bile sve uključene destinacije sa direktnim linkovima na vlastitu web stranicu.

Pregled aktivnih formata

Sadržaj koji kroz storytelling promovira Kvarner i sve uključene destinacije bio je aktivan na tržištima: Njemačka, Austrija i Češka.

Na tržištu Njemačke aktivan je bio format Regional Germany Portals koji je promovirao sadržaj na mreži njemačkih regionalnih portala. Na tržištu Austrije, aktivan je bio advertorial na Oe24.at, te je na češkom tržištu content bio aktivan na portalu Seznam Zpravy i Super.cz.

Display oglašavanje u kojem je sudjelovala Crikvenica Vinodol Riviera sa samostalnom kreativom bilo je aktivno na tržištima: Njemačka, Slovenija. Na tržištu Njemačke aktivni su bili standardni banner formati na portalu Web.de / GMX.net te format billboard na portalu Focus.de.

Na slovenskom tržištu aktivni su bili formati halfpage i billboard (300x600 i 970x250) na portalu Žurnal24.si. Uz display oglase, na slovenskom tržištu aktivni su bili i native oglasi formata tekst + slika koji su osiguravali vidljivost branda Crikvenica – Vinodol Riviera, ali i vodili garantirani promet na promoviranu web stranicu.

Regional Germany Portals

Native Content Ad je format koji kroz oglas tekst + slika promovira advertorial. Klikom na native content ad, korisnik je odveden na advertorial u kojem je kroz sadržaj ispromoviran Kvarner i turističke destinacije uključene u kampanju. Native Content Ad je bio aktivan na regionalnim i nacionalnim njemačkim news portalima kao što su: Focus.de, T-Online.de, Frankfurter Allgemeine, Hannover Allgemeine... Medij je isporučio 5.557 pregleda promoviranog članka.

Oe24.at – Advertorial

Oe24.at je jedan od top austrijskih medija koj mjesечно posjećuje više od 13M korisnika. Na austrijskom tržištu, Oe24.at je 3. medij u kategoriji news što ga čini vrlo relevantnim na tom tržištu.

Advertorial objavljen na Oe24.at u podsekciji za putovanja „Reiselust“ ostvario je 3.332 čitanja. Prosječno vrijeme zadržavanja korisnika je preko 6 minuta što implicira veliku zainteresiranost korisnika za sadržaj.



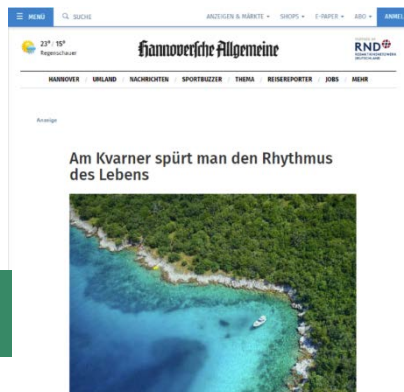
Anzeige

„Kvarner Health & Wellbeing“ – Heilung für Körper, Geist und Seele

Die Wohltaten der Kvarner Natur, des Meeres und der Luft wirken sich positiv auf Körper, Geist und Seele aus. In Kombination mit der ausgezeichneten fachlichen Betreuung sorgt dies für die Zufriedenheit der Gäste, die auf der Suche nach guter Gesundheit sind.

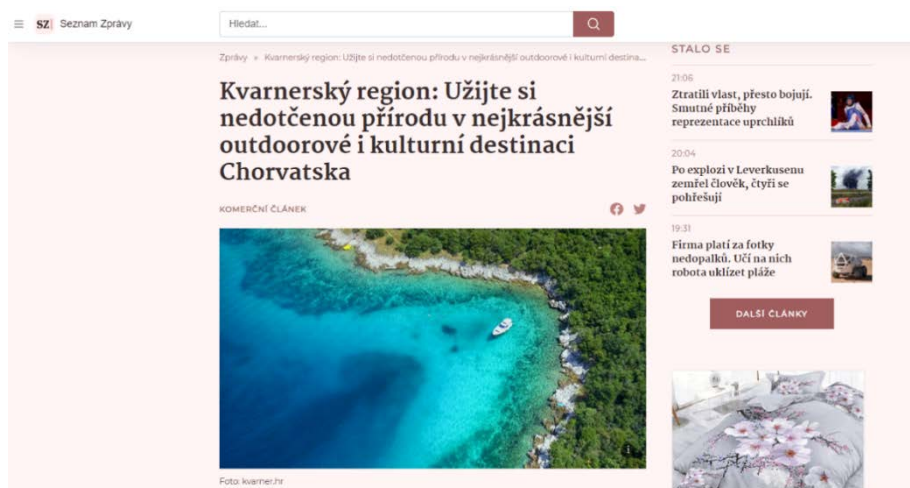
Native
Content
Ad

Content /
Advertorial



Seznam.cz

Seznam Zpravy je najpopularniji news portal na češkom tržištu s preko 80M posjeta mjesечно. Članak objavljen na Seznamzpravy.cz bio je promoviran kroz traffic drivere tekst + slika. Isporučeno je 1.575.034 impresija traffic drivera te je time generirano 6.224 čitanja članka.



Super.cz

Super.cz je češki lifestyle medij koji se obraća prvenstveno ženskoj publici. Također je najpopularniji medij u svojoj kategoriji, a mjesечно ima preko 55M posjeta.

Medij je uz Seznam Zpravy, besplatno članak objavio i na lifestyle portalu Super.cz koji čita primarno ženska publika. Na tom portalu prikazano je 545.458 impresija traffic drivera, a to je generiralo 2.246 čitanja članka.

The screenshot shows a portion of the Seznam.cz website. On the left, there is a large image of a smiling woman with long blonde hair holding a blue tennis racket. To her right is a search bar with the text "Hledat na Super.cz" and a magnifying glass icon. Below the search bar is a headline: "Kvarnerský region: Užijte si nedotčenou přírodu v nejkrásnější outdoorové i kulturní destinaci Chorvatska". Underneath the headline is a sub-headline: "13. června 2021 14:01 - KOMERČNÍ ČLÁNEK" and a short paragraph of text. Below the text is a small image of a tropical beach with turquoise water and a white boat. To the right of the article is a vertical advertisement for "NEJVYŠŠÍ ČAS JÍST ZDRAVĚ". The ad features an image of a woman drinking from a can labeled "MAYO". Below the image is the text "NEJVYŠŠÍ ČAS JÍST ZDRAVĚ" and a sub-headline "Tvé tělo ví, co potřebuje. A my to víme také. Dopřej mu nutričně dokonalé jídlo!". At the bottom of the ad is a blue button labeled "Vyzkoušet".

Web.de / Gmx.net – Standard Banners

GMX.net je njemački news portal na koji korisnici dolaze po najnovije vijesti. GMX.net je također i e-mail servis. Na portalu GMX.net aktivni su bili standardni banneri čiji je klik vodio na web promoviranog lokalnog TZ-a.

Ovim formatom zagarantirano je ukupno 7.500 klikova, isporučeno je 7.547 a od toga 1.007 klikova vodilo je na web Crikvenica Vinodol Riviera. Da bi se dosegla količina od 1.020 klikova, generirano je 2.9M prikaza oglasa Crikvenica Vinodol Riviera.

The screenshot shows the GMX website interface. At the top left is the GMX logo and a search bar with the text "Suchbegriff eingeben". Below the search bar is a navigation menu with icons for Facebook, Twitter, YouTube, and Email. The main content area features a news article titled "Bahn erwägt Rückkehr zu Abteilen" with a sub-headline "Bahn deutet Trendwende an". The article text discusses the trend of high-speed trains moving away from open seating towards compartment seating. Below the article is a banner advertisement for "Riviera Crikvenica Vinodol" featuring a woman in a red kayak on the water. The banner includes the text "Kvarner, Kroatien", "Safe Croatia", and "MEHRENTDECKEN". Below the banner is another news article titled "Bahn braucht neue Züge um 260". On the left side of the page, there is a sidebar with several small news items, including "Einzel-Fall-Studie: Coronavirus mutiert in Körper von Frau mit HIV 30 Mal", "Gifftige Schlangen oder Radioaktivität: Diese Insekten sollten Sie meiden", "Impfung: Schmerzhaftes Schwellen nach Impfung: Ist der COVID-Arm gefährlich?", and "Aktuelle Rückrufe: Erhöhte Abgabe von". At the bottom of the sidebar are links for "Impressum", "Datenschutz", "Sternap", and "Jugendschutz".

Focus.de

Portal Focus.de je jedan od najrelevantnijih portala u Njemačkoj. Mjesečno broji više od 75M posjeta. Na portalu Focus.de aktivan je bio format Billboard.

Ovim formatom zagarantirano je ukupno 550.000 impresija u kampanji, a oglasi Crikvenica Vinodol Riviera prikazani su 82.876 puta te su generirali 99 klikova prema promoviranoj web stranici.

Nachrichten > Reisen > Camping > Camping in Deutschland: 15 schöne Plätze, die Sie zum Campen kennen sollten

Von Schleswig-Holstein bis Bayern
Orte zum Glückhsein: 15 Plätze in Deutschland müssen Camping-Fans kennen

Teilen Pocket

Žurnal24.si
 Portal zurnal24.si je drugi po posjećenosti news portal u Sloveniji, a ima nešto više od 6M posjeta mjesečno. Na portalu zurnal24.si aktivni su bili oglasi u formatima 970x250 i 300x600. Formatom bannera zagaranirano je ukupno 1.500.000 prikazivanja oglasa, a od toga oglasi Crikvenica Vinodol Riviere prikazani su 377.926 puta i generirali su 486 klikova prema webu Crikvenica Vinodol Riviere.

zurnal24.si SLOVENIJA SVET SPORT MAGAZIN ZDRAVJE AVTO POPOTNIK PODSTREHO E-LIFE

HIVODJE SEDAR 1/12 < >

Tweet

Prijetna klima, izredno čisto morje, zdravilna zelišča in več kot 200 sončnih dni na leto so razlogi za začetek raziskovanja več kot 250 km sprehajališč in lošinskih poti, kjer prijetno podnebje omogoča številne aktivnosti na prostem skozi vse leto.

Naravne lepote

Lošinska transverzala, poti lošinskih kapitanov in pot delfnov so le nekatere izmed urejenih sprehajalnih in pohodniških poti, ki so idealne za zdrave in aktivne počitnice. Za najbolj aktivne je tukaj tudi hrib Osorščica z najvišjim vrhom Televin (588 m). Obiskovalce bo zagotovo navdušil razgled s Providence, od koder se odpira sanjski pogled na lošinski arhipelag in Kvarnerski zaliv. Ena izmed zanimivosti tega edinstvenega kotlička je ta, da so mize poimenovane po ladjah, izdelanih v znamenitih

Riviera Crikvenica Vinodol
 Kvarner, Hrvatska
 Pogledj več

Linker Native Network
 Native oglasi su oglasi kombinacija tekst + slika, a prikazuju se na mreži top portala u Sloveniji kao što su: vecer.com, aktivni.si, dnevnik.si, siol.net... Linker oglasi ukupno su generirali 8.800 klikova prema promoviranim web stranicama, a od toga je na web Crikvenica Vinodol Riviera dovedeno 2.200 klikova s kanala Linker Native Network.

BIODI EKO VEČ S SPLETA

Kdor avto, roko, kolo in skiro z Avtomobilnim zavajalnim zavajaljem lahko izkoristi še dodatne ugodnosti ter brez skrbi nakupnik priročje.

Anja Šrovnik: Cuttla sem, da bi lahko bila tista prava.

Božidar Wolfand Wolf zanikal govornice

Pravijo mu najbolj silkoviti del jadranske obale in ne brez razloga. Čudovite čare Crikvenice-Vinodolske Riviere v prazničnem času

Prijete do 1000 evrov! Najdi na dan, pa boste okrepili imunski sistem!

Za mladimi očividno poročne fotografije, to je njegova žena

Talčin se je izprizniti očividno avta, voznišča, ki avto nastopi na voljo ali boleznih v tujini. Zato je prav, da se na take situacije pripravite vnapreje, če se zgodijo.

Hrvatska Zagorje - Sina kiršča in se poslovite od stresa!

Vitaminske infuzije - vršč zdravstveni trend med zvezdniki

Modka koža ni imuna proti staranju

Vaje proti bolečinam v hrbtenici

Rekonstrukcije dojke - druga zrnaga po sčedenju z rakom

Linker

Shunee Toys Online Store

Znaki začetka poroda: kako razlikovati med...

Meditate to Release Stress

3 otroške bolezni, ki so lahko nevarne za...

U dogovoru s Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera u suradnji s nekoliko TZ-a na Kvarneru (Lošinj, Rijeka, Opatija) i TZ Kvarnera realizirana je reportaža u časopisu Lust auf Kroatien.

Turističko Vijeće TZG Crikvenice na 2. sjednici je donijelo odluku o sufinanciranju marketinških aktivnosti gospodarskih subjekata u 2021. godini. Ovom odlukom se TZG Crikvenice obvezala sufinancirati dio troškova turističkim subjektima na području Grada Crikvenice i to:

- Klasični sajmovi (on-site) i online (virtualni) sajmovi
 - Poslovne radionice
 - Digitalne promotivne kampanje turističkih subjekata na emitivnim tržištima
- Od partnera se javio samo Hotel Crikvenica te je s njima realizirana suradnja.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Marketing destinacije, subregije i regije u skladu s dogovorenim tržištima i proizvodima te osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Važan cilj je i povećanje turističkih dolazaka i noćenja, osobito u predsezoni i posezoni, odnosno postizanje dobrih rezultata tijekom cijele godine.

Struktura troškova je sljedeća:

- usluge promidžbe – oglašavanje, tisak, radio 84.703,75 kn
- intelektualne i osobne usluge – ostale – 2.425,00 kn
- ostali troškovi 184,00 kn

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, gospodarstvo

Realizacija:

87.312,75 kn

3.5.

Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Promocija na turističkim sajmovima, prezentacijama i radionicama namijenjena je širokoj i/ili poslovnoj publici. Radi se o mogućnosti da se na jednom mjestu dogodi susret s većim brojem predstavnika medija, agentima i ostalim poslovnim partnerima s kojima već surađujemo ili se tek razmjenjuju mogućnosti poslovne suradnje, a na sajmovima za široku publiku važan je faktor i direktan susret s potencijalnim turistima te ispitivanje njihovih preferencija i doživljaja destinacije. Poslovne radionice usmjerene su na susrete sa zainteresiranim partnerima i najčešće se održavaju po emitivnim tržištima i turističkim proizvodima.

Realizacija: 114.996,18 kn

3.5.1.

Sajmovi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Neke od najznačajnijih prednosti sajamskih nastupa su ciljano tržište, novi partneri, osobni kontakt, jačanje odnosa s partnerima, nove poslovne prilike i ideje, direktna prodaja, gradnja imidža na temelju promotivnih materijala, mogućnost direktne prodaje na licu mjesta i slično. Na sajmovima je moguće upoznati se s raznim trendovima iz raznih područja povezanih s turizmom te vidjeti na koji način se predstavljaju ostale turističke destinacije, kao i koje su njihove glavne komunikacijske poruke.

Iako se, primjenjujući dugogodišnju uspješnu praksu, TZG Crikvenice u suradnji s Jadranom d.d., subregijom CVR te TZ Kvarnera prijavila na nekoliko europskih sajmova, ipak je pandemija planove učinila nereálnim te su svi sajmovi otkazani.

Materijali TZG Crikvenice su bili prisutni na svim europskim sajmovima na koje odlazi HTZ i TZ Kvarnera, a poticali smo turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenice kroz sufinanciranje njihovih aktivnosti. Troškovi realizacije bi uključivali troškove zakupa i uređenja štandova, putne troškove i troškove smještaja informatora, izradu specijaliziranih promotivnih materijala i suvenira, ulaznice, troškove prijevoza i skladištenja promotivnih materijala i sl.

Obzirom na cjelokupnu situaciju oko širenja COVID-19, nismo sudjelovali na sajmovima, od kojih su neki održani virtualno. Procjena je bila da takav vid promocije nije najbolji te se čeka normalizacija turističkih kretanja, a destinacija se u međuvremenu oglašavala drugim dostupnim kanalima.

Na ovoj poziciji realizirali su se troškovi skladištenja promotivnih materijala u Zagrebu te povremenih dostava za razne potrebe. U listopadu je iz zagrebačkog skladišta u Crikvenicu dopremljeno dvije trećine svih materijala koji su se nalazili u skladištu DHL za potrebe promocije na turističkim sajmovima, kako bi se isti potrošili. HTZ je za sajamsku sezonu 2021/2022 odlučio da će se na štandu koristiti samo digitalni promotivni materijali te se tiskani materijali trenutno uopće ne koriste u promociji HTZ-a.

Struktura troškova:

-Usluge pošte i dostave 1.100,00 kn

-Zakupnine i najamnine – skladišni prostor 4.510,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Sajmovi su usmjereni na susrete ponude i potražnje s ciljem povećanja vidljivosti destinacije i direktnim učinkom na povećanje dolazaka i noćenja u destinaciji. Osnovni cilj je direktna komunikacija i informiranje javnosti o cjelokupnoj turističkoj ponudi destinacije, s naglaskom na novosti u turističkom sektoru te utjecaj na percepciju destinacije. Suradnjom s predstavnicima najvećeg turističkog subjekta Jadran d.d. omogućena je kompletna prezentacija i prodaja kapaciteta, a zajedničke aktivnosti se usmjeravaju na kvalitetno informiranje posjetitelja sajмова o konkretnim turističkim kapacitetima i proizvodima u destinaciji.

Zbog pandemije ovi ciljevi nisu ostvareni u 2021. godini.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, „Jadran“ d.d.

Realizacija:

5.610,00 kn

3.5.2.

Posebne prezentacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Posebним prezentacijama predstavljaju se sve prednosti i mogućnosti turističkog sektora u destinaciji te osnovni i posebni turistički proizvodi.

Troškovi realizacije uključuju putne troškove, zakup prostora, autorske honorare vanjskih suradnika, glazbenika, promotivne materijale i sl.

Na početku godine su planovi bili usmjereni na prezentacije u nekim od zemalja srednje Europe, koje su nam u fokusu. No, od toga se odustalo, ali su iskorištene neke druge aktivnosti za prezentaciju destinacije. TZG Crikvenice se uključila u promotivne aktivnosti u gradovima u kojima je već ranije ostvarena suradnja, poput grada prijatelja u Francuskoj – Saint Die des Vosges i Erd (pored Budimpešte) u Mađarskoj.

Francuska

U francuskom gradu Saint Die des Vosges 1.-3.10.2021. se održavao tradicionalni Međunarodni festival geografije. Grad Crikvenica, kao grad prijatelj ovom francuskom gradu, bila je jedan od učesnika festivala, promovirajući Rivijeru Crikvenica.

Delegaciju Grada Crikvenice predvodila je predsjednica Gradskog vijeća Vesna Car Samsa, a Crikvenica je u okviru Festivala predstavila svoju turističku ponudu uz degustaciju domaćih proizvoda i glazbeni program „Trio Crikvenice“.

Prijateljstvo ovog francuskog grada i Crikvenice, seže u 1980.-te godine, dok je formalno prijateljstvo okrunjeno poveljom 2006. godine otkada se gradovi međusobno posjećuju, uglavnom za Dane grada. Ovaj posjet je oživio i neke stare uspomene te se razgovaralo i promišljalo i o mogućnostima suradnje kroz sport, kulturu i turizam.

Festival geografije održan je 32. godinu za redom, a Crikvenica je prvi puta imala svoje mjesto na ovom Festivalu međunarodnog karaktera. Festival kroz tri dana trajanja, koliko je bila prisutna i Crikvenica, posjećuje otprilike 10.000,00 ljudi.



Mađarska

U organizaciji Hrvatske manjinske samouprave Grada Erda (Andzabeg), u subotu, 16. listopada je održana tradicionalna manifestacija „Hrvatski dan u Mađarskoj“. Na inicijativu Ivica Jeličića, dugogodišnjeg prijatelja grada Erda, po prvi puta su se u Erdu predstavili članovi KUD-a Neven iz Selca s pjevačkim zborom pod ravnanjem prof. Tatjane Veljanovske i Limenom glazbom Selce pod ravnanjem Eneja Antića. Etno sekcija KUD-a Neven izvela je tradicionalno mlaćenje slame i predstavila selačke običaje u narodnim nošnjama. Prijateljstvo KUD-a Neven i Hrvata iz Erda (koji sebe nazivaju Raci) traje već dugi niz godina te su Raci stalni posjetitelji manifestacije (Sr)etno Selce tijekom mjeseca srpnja.



Osim što se sviralo i pjevalo, u Erdu je postavljena izložba KUD-a Neven koji je ove godine proslavio 110 godina postojanja. Prije početka programa u službenom dijelu posjeta crikveničku delegaciju je primio gradonačelnik Erda László Csőzik. Delegaciju Grada Crikvenice je predvodila predsjednica Gradskog vijeća Vesna Car Samsa. Gradonačelnik je izrazio veliku želju za produbljanjem suradnje dvaju gradova, posebno u području kulture i sporta. Sastanku je nazočio i predstavnik hrvatske nacionalne manjine u Mađarskoj Antal Anzunovits, a na manifestaciji je prisustvovao i saborski zastupnik u mađarskom

parlamentu Andras Aradszki te veleposlanik Republike Hrvatske u Mađarskoj Mladen Andrić, koji je također izdvojio vrijeme za crikveničku delegaciju. TZG Crikvenice je u dogovoru s predstavništvom HTZ-a u Budimpešti dogovorila promociju turističke ponude Rivijere Crikvenica u petak, 15. listopada uz podršku KUD-a Neven i Limene glazbe Selce koji su pripremili program za sve posjetitelje. Za promociju Crikvenice kao turističke destinacije pobrinule su se predstavnice TZG Crikvenice i u samom Erdu tijekom manifestacije „Hrvatski dan u Mađarskoj“, a uz promotivne materijale posjetiteljima je ponuđena mogućnost degustacije autohtonih slastica i pića Selca i okolice.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Prezentacije se organiziraju s ciljem informiranja, educiranja i unapređenja odnosa s agentima, kao i širenja mreže poslovnih partnera te informiranja široke publike o općoj ili specijaliziranoj ponudi turističkog sektora. Velik broj prezentacija odnosi se na prezentacije s ciljem informiranja stranih poslovnih partnera o ponudi i novostima turističke destinacije i proizvoda, kao i poticanja istih da istaknutu turističku ponudu uvrste u svoje prodajne kanale.

Struktura troškova za posebne prezentacije je sljedeća:

- Dnevnice za službeni put 10.356,05 kn
- Usluge cestovnog prijevoza 11.067,35 kn
- Usluge pošte i dostave 356,25 kn
- Zakupnine i najamnine 7.515,55 kn
- Prijevod materijala za izložbu – 675,00 kn
- Materijal – namirnice 580,50 kn
- Premije osiguranja 204,16 kn
- Ostala porezna davanja 1.878,89 kn
- Naknada banci 60,00 kn
- Ostali troškovi 2.395,07 kn

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, predstavništvo HTZ-a

Realizacija:

35.088,82 kn

3.5.3.

Poslovne radionice

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Crikvenice godinama potiče turističke subjekte s područja Rivijere Crikvenice na sudjelovanje na poslovnim radionicama kroz sufinanciranje njihovih organiziranih odlazaka na poslovne radionice. HTZ svake godine organizira poslovne radionice Buy Croatia u sklopu studijskih putovanja agenata ili godišnjih sastanaka inozemnih strukovnih udruga u Hrvatskoj s ciljem izravnog i kvalitetnog povezivanja hrvatskih turističkih gospodarskih subjekata s najznačajnijim inozemnim turističkim agencijama i turoperatorima, upoznavanja s novim proizvodima te ponudom u destinacijama, kao i jačanja prisutnosti hrvatskih turističkih proizvoda na emitivnim turističkim tržištima. Organiziraju se i poslovne radionice Sell Croatia HTZ u inozemstvu s namjerom da spoji hrvatske i strane poslovne partnere.

Rivijera Crikvenica ove je godine bila domaćin Burze „Put“, najstarijeg hrvatskog B2B turističkog susreta, koji se svake godine održava u drugoj hrvatskoj destinaciji, a osim radno-poslovnog dijela i predstavljanja sadržaja i novosti u turističkoj ponudi program je upotpunjen upoznavanjem destinacije, stručnim raspravama i prezentacijama te aktivnim druženjem sudionika. Turistički djelatnici pokazali su svoju upornost, želju za razmjenom iskustava i potrebu za osobnim kontaktom pa se u hotelu „Katarina“ u Selcu od 23. do 25. studenoga 2021. okupilo više od 180 sudionika iz pet zemalja, među kojima i predstavnici nekoliko domaćih i inozemnih medija.

Rivijera Crikvenica je dobila priliku ugostiti brojne kolege, turističke djelatnike, agente i novinare, iako su prilike bile zahtjevne za putovanja i B2B susrete. Burza je prvotno bila planirana u prošloj godini te je zbog pandemije odgođena, no pokazalo se da je turizam lako prilagodljiv i vrlo žilav pa smo s velikom radošću pripremili program obilaska, kako bismo ih upoznali s našom turističkom ponudom, novostima u destinaciji i ostalim zanimljivostima, koje su im naše područje pokazali u drugom svjetlu. Mnogi su se oduševili viđenim uz opasku da se sigurno

vraćaju. Obilazak je obuhvatio brojne kulturno-povijesne atrakcije, prirodne lokalitete, zatim lokalitete iz razdoblja vladavine Frankopana, turističku ostavštinu Austro-ugarske monarhije, Jurja Julija Klovića te ponudu smještaja, zdravstvenog turizma i outdoor aktivnosti. Posebno je organiziran team building



obilazak Selca, uz upoznavanje narodnih običaja i tradicije, turističke ponude s naglaskom na eno-gastro ponudu uz degustaciju jela od plave ribe, kvarnerskih vina i drugih autohtonih delicija.

U okviru burze dodijeljene su tradicionalne godišnje nagrade za kvalitetu, inventivnost i kreativnost u turizmu – „Simply the best“, koje dodjeljuju UHPA i specijalizirani turistički magazin „Way to Croatia“. Nagrada se dodjeljuje u 6 kategorija. Zbog otkazane dodjele prošle godine, ove godine su dodijeljene nagrade za 2020. i 2021. godinu pa je ukupno nagrađeno 79 pojedinaca i tvrtki iz turističkog sektora.

Turistička zajednica Grada Crikvenice, koja se aktivno uključuje u kandidiranje predstavnika turističkog gospodarstva, je sa zadovoljstvom primila vijest da su na području Rivijere Crikvenice za 2020. godinu nagrađeni Hotel „Esplanade“ u Crikvenici u kategoriji ugostiteljstvo - objekti s ponudom smještaja (hoteli, pansioni,...), Muzej Grada Crikvenice, koji je nagrađen kao novi projekt u turizmu s posebnim priznanjem za izložbu „Prva na Jadranu“ te Via Mea Travel za suradnju s lokalnom zajednicom. I za ovu godinu je jedna nagrada stigla u Crikvenicu i to Kuće kamene u kategoriji Kuće za odmor.

Positivni dojmovi iskazani u obilasku destinacije dobar su pokazatelj za sve naše partnere u destinaciji, poput Jadran d.d. Crikvenica, Muzeja Grada Crikvenice, akvarija, kolega iz susjednih turističkih zajednica Općine Vinodolske i Novog Vinodolskog, Vinske kuće Pavlomir, Udruge umirovljenika Grada Crikvenice „Sunce“, KUD-u „Neven“ Selce i svima ostalima koji su se uključili u program, na čemu im zahvaljujemo.

Struktura troškova:

- Naknade za glazbeni program (glazbeni sastavi) 7.948,63 kn
- Usluge prijevoza 2.000,00 kn
- Najam razglasa i rasvjete 1.000,00 kn
- Održavanje radionice i vođenje po mjestu, vinska edukacija 6.771,62 kn
- Ugostiteljske usluge – smještaj i degustacija Pavlomir 24.486,48 kn
- Promidžbeni materijal (vrećice i majice) 4.991,25 kn
- Namirnice za radionicu rupica 700,48 kn
- Petrolej 36,90 kn
- Ostali troškovi 26.362,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Marketing destinacije u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima i osiguravanje vidljivosti destinacije na nacionalnom i globalnom tržištu. Naprijed navedeno očituje se u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih se je održala poslovna radionica. Često je jedan od ciljeva brendiranje destinacije kao vodećeg odredišta u tom segmentu turističke ponude, odnosno kontinuitet i kvaliteta specifične ponude, npr. poput zdravstvenog turizma.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, gospodarstvo, sustav TZ

Realizacija:

74.297,36 kn

3.6.

Suradnja s organizatorima putovanja

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

HTZ kroz sustav predstavništava surađuje s inozemnim strukovnim udrugama i organizatorima putovanja koji svoje godišnje skupove ili insentiv studijska putovanja organiziraju izvan matične zemlje te im nudi mogućnost dolaska u Hrvatsku. Putovanja su organizirana za menadžment tvrtki s ciljem predavljanja najznačajnijih turističkih potencijala destinacije te povezivanja turističke ponude i potražnje. Namjera je što bolje predstaviti destinaciju, ponudu i mogućnosti destinacije/proizvoda kako bi ih u budućnosti TO/TA uvrstile u svoju prodajnu mrežu. TZG Crikvenice je planirala pružiti podršku pri organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i turističkih agenata u suradnji s HTZ-om i regionalnom turističkom zajednicom.



Troškovi realizacije uključuju troškove reprezentacije, turističkog vođenja, prijevoz i smještaj sudionika, kulturno-zabavni i gastronomski program, prezentacije lokalnih i autohtonih proizvoda i sl.

Realizirane su dvije aktivnosti:

-Prihvat studijske grupe agenata iz Ukrajine, koji su Crikvenicu posjetili 31.5.2021.

Krajem svibnja na Kvarner su došla 3 ukrajinska novinara + 4 predstavnika turističke agencije Sun Valley. Agencija Sun Valley iz Ukrajine zadnjih nekoliko godina ima organizirane autobusne ture u Hrvatskoj. Na početku su krenuli sa Splitsko-dalmatinskom županijom, a zadnje dvije sezone su bili u Mošćeničkoj Dragi. Planiraju proširiti poslovanje pa su doveli u Hrvatsku nekoliko novinara kako bi napravili reportažu u medijima, a koja bi se koristila za promociju. Ukrajincima se Crikvenica jako dopala te su najavili svoja daljnje aktivnosti. Obišli su nekoliko hotela pod stručnim vodstvom vodičkinje.

-Prihvat studijske grupe agenata iz Njemačke i Austrije u organizaciji DMC Via Mea

U terminu od 07.06.-10.06.2021. organizirano je studijsko putovanje za dvadesetak njemačkih i austrijskih autobusera, kako bi ih upoznali s ponudom hotela i izletničkim ciljevima na našoj rivijeri.



Program je bio jako sadržajan, prezentirane su im planinarske staze i biciklističke rute, brodski izleti itd.

8. lipnja obišli su crikveničke hotele i izletničke ciljeve. Poseban naglasak je stavljen na novu ponudu hotela Esplanade, gdje je posebno jak gastro doživljaj. U okviru Mjeseca plave ribe imali su priliku kušati prigodne menije na terasi hotela i kušati vino iz Pavlomira.

Strukturu troškova čine troškovi reprezentacije – obroka (ručka) u iznosu od 5.200,00 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Cilj je usmjeren ka što značajnijoj prisutnosti Rivijere Crikvenica u procesu intenziviranja i širenja suradnje između HTZ-a, inozemnih strukovnih udruga i organizatora putovanja. TZG Crikvenice kroz organizaciju programa na svome području predavlja moguće motive dolaska na destinaciju, promovira široku paletu svojih turističkih proizvoda, koja se prilagođava ciljanoj grupi, odnosno potražnji klijenata organizatora poslovanja. Ispituju se njihove preferencije, razdoblje u godini za koje su zainteresirani te "na licu mjesta" slažu posebni programi sukladno njihovim prijedlozima i potrebama.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, sustav TZ, Jadran d.d.

Realizacija:

5.200,00 kn

3.7.

Kreiranje promotivnog materijala

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Kreiranje promotivnog materijala uključuje aktivnosti TZG Crikvenice u produkciji sadržaja za potrebe objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama, pripremu i distribuciju informativnih i destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i po uputama HTZ-a, izradu i produkciju suvenira i ostalog promotivnog materijala. To znači izrađivanje i distribuciju informativnih tiskanih, online, radijskih, foto, video i multimedijalnih materijala koji uključuju razne brošure, karte, planove, informatore, vodiče, plakate, letke, programe i sl. TZG Crikvenice raspolaže sa dovoljnom količinom materijala za potencijalnu sajamsku sezonu i veći dio 2021. godine te svakako još i dio 2022. godine.



Troškovi realizacije uključuju troškove likovnog oblikovanja materijala, likovnog oblikovanja svih jezičnih mutacija, produkciju tiskanih materijala, distribuciju, naknadu za pripremu tekstova i njihov prijevod na strane jezike po potrebi, izradu raznih ostalih promotivnih materijala poput banera za pozornicu, jedara, zastava, rekvizita za manifestacije, majica, kalendara, vizitki, promotivnih vrećica, rokovnika, kemijskih olovaka i dr. Također je uključen trošak idejnog i vizualnog oblikovanja suvenira, mutacija likovnog oblikovanja suvenira, njihova produkcija i slično.

Obzirom na neizvjesnost oko prihoda TZG Crikvenice, pristupilo se opreznoj realizaciji. No, ipak je nabavljeno 50 šalica sa starim motivom Crikvenice autora Marijana Mavrića, kalendari, cerada za prekrivanje nogu pozornice, a dosta ja napora uloženo i u snimanje fotografija i videa. Za promotivni štand izrađena je nova naljepnica, nabavljeno je i 1.000 komada novih vezica za akreditacije s vizualom TZG Crikvenice. U prosincu su naručene i manje količine majica Rivijere Crikvenica, ruksaci, vjetrovke i jaknice za djelatnike te privjesak za ključeve s logotipom TZG Crikvenice u količini od 1.000 komada. Za klupu s naslonom na Trgu Stjepana Radića izrađena je pozadina s motivom Marijana Mavrića.

Također je u suradnji s Klement Studiom snimljeno 6 kraćih outdoor videa na temu: hodaње/pješačenje, vožnja supom, bicikliranje, rolanje, vježbanje na otvorenom, trčanje. Videi će se koristiti u raznim varijantama, na hrvatskom i engleskom jeziku za promociju outdoor ponude i općenito rivijere.

Troškovi imaju slijedeću strukturu:

- Usluge promidžbe na izradi promo materijala 108.333,28 kn
- Produkcija promo videa 5.500,00 kn (6 kraćih videa)
- Promidžbeni materijali 60.762,26 kn
- Namirnice 661,56 kn
- Naknada za pisanje promotivnih tekstova 3.843,48 kn
- Ostali troškovi 2.543,76 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Promotivni materijali i suveniri izrađuju se s ciljem povećanja prepoznatljivosti krovnog komunikacijskog koncepta svake destinacije. TZG Crikvenice ima vrlo prepoznatljiv vizualni identitet, koji se istaknuo raznolikošću te i dalje uspješno prati trendove. Cilj je nastaviti s razradom postojećeg koncepta i

prilagođavanjem pojedinih promotivnih materijala i suvenira svojoj istaknutoj temi (In love in Crikvenica, Rivijera s najljepšim plažama, Pet friendly destinacija, Rivijera zdravlja ...)

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

181.644,34 kn

3.8.

Internetske stranice

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Službena Internet stranica TZG Crikvenice namijenjena je različitim grupama posjetitelja i korisnika, od kojih svaka traži svoju specifičnu vrstu i količinu informacija.

Osim službene web stranice, aktivne su još web stranica Maškara i CIHT konferencije. Predviđena je i produkcija posebnih odredišnih stranica za promotivne aktivnosti. Na ovoj stavci je planirano i punjenje sadržajem i održavanje svih naših web stranica. Planiramo postavljanje novih web kamera na još 4 lokacije na području Rivijere Crikvenica.

Troškovi realizacije uključuju dalji razvoj i cjelogodišnje održavanje internetskih stranica, trošak pripreme i prijevoda tekstova, upravljanje određenim sadržajem, postavljanje novih i održavanje svih web kamera, održavanje C panela, domene i hostinge/serve...

TZG Crikvenice i ove je godine ulagala u razvoj i održavanje web stranice, bitan marketinški kanal za promociju destinacije koji korisnicima omogućava brzi pristup informacijama na više stranih jezika. Vizualno osveženje stranice završeno je tijekom 2020. godine, a ažuriranje informacija i postavljanje novih sadržaja posao je koji traje kontinuirano. Osim hrvatskog, engleskog, njemačkog, slovenskog, talijanskog i češkog jezika, od travnja o.g. korisnicima su informacije dostupne i na poljskom, mađarskom i slovačkom jeziku pa tako sada stranica broji ukupno devet jezičnih opcija. Na kraju godine dogovoreno je proširenje stranice na još jedan strani jezik – francuski. Osobama slabijeg vida početkom godine omogućili smo „pristupačnost“ stranice u smislu da ona sada nudi mogućnost većeg kontrasta, većeg teksta, naglašavanja poveznica, zaustavljanje animacija, visinu redaka, većeg razmaka teksta i slične opcije koje osobama s invaliditetom omogućuju lakše kretanje i navigaciju po stranici. Također su na pojedinim segmentima stranice postavljeni filteri za lakše pronalaženje sadržaja i/ili selekciju pojedinih opcija. Tako se primjerice može odabrati prikaz ugostiteljskih objekata na lokaciji Jadranovo koji nude dijetnu hranu ili hranu s Halal certifikatom. Također se na jednostavan način može pronaći plaža u Selcu koja nudi ležaljke i suncobrane, kabinu za presvlačenje i tuš ili pak pješčana plaža u blizini ugostiteljskog objekta pogodna za obitelji. Ovo su samo neke od mogućnosti koje korisnicima omogućavaju lakše i brže pretraživanje željenog sadržaja. Pored spomenutih aktualizacija i usavršavanja web stranice kako bi korisnicima olakšali odluku o pronalasku savršene destinacije za odmor, ove je godine TZG Crikvenice svoju web stranicu prilagodila i za potrebe pružanja ključnih informacija u COVID-19 segmentu. Dodane su sve važne informacije i aktualnosti vezane uz COVID-19 koje obuhvaćaju prelazak granice, popis lokacija za testiranje gostiju prije odlaska s rivijere (s radnim vremenom, cijenom i točnom lokacijom covid-punktova), post-covid programe, preporuke te ostale savjete za turiste kao i svi detalji vezani uz Safe Stay projekt.

Osim navedenog, oplemenili smo i kutak za iznajmljivače u kojemu se sada mogu pronaći upute za iznajmljivače, pogodnosti za iznajmljivače u sklopu projekta „Kartica za iznajmljivače“, projekt Kvarner family te sve informacije o pogodnostima i obvezama iznajmljivača za tekuću godinu.

Struktura troškova web stranice u 2021. godini:

- Usluga održavanja računala i programa 18.000,00 kn
- Zakupnine i najamnine 250,00 kn
- Licence c panel 17.538,75 kn
- Intelektualne i osobne usluge (prijevodi tekstova) 23.400,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Internetske stranice su jedan od marketinških alata svake turističke zajednice. Cilj je njenim konceptom pokazati cjelokupnu turističku ponudu destinacije, usmjerenost destinacije ka određenim turističkim proizvodima te omogućiti korisnicima usluga u sektoru turizma i ugostiteljstva kvalitetnu, brzu i korisnički orijentiranu elektroničku uslugu na višim razinama informatiziranosti. Internetske domene TZG Crikvenice komuniciraju se u svim našim promotivnih aktivnostima na različitim emitivnim tržištima.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

59.188,75 kn

3.9.

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Crikvenice redovito ažurira postojeću turističku bazu podataka o ponudi i potražnji u destinaciji, priprema, sortira i prema potrebi šalje podatke o turističkoj ponudi na području destinacije regionalnoj turističkoj zajednici i HTZ-u te priprema destinacijske marketinške materijale u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom. Ovdje se ubraja i otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka za kreiranje baza podataka.



U 2021. smo kontinuirano radili na proširenju i osvježavanju fototeke, koja će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Ugovoreni fotografi su na poziv fotografirali manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive u destinaciji potrebne za izradu promotivnih materijala. Tako imamo snimke Plivačkog maratona, Ribarskoga tjedna, MIK-a, Cro Race i dr. Također se s nekoliko fotografa realizirala opće snimanje destinacije, kako bi se dobila nova perspektiva naših prepoznatljivih motiva. Troškovi realizacije uključuju troškove otkupa autorska prava za fotografije i ostale sadržaje

koje će se koristiti za sve destinacijske marketinške materijale. Na ovoj stavci planiran je i trošak prikupljanja meteoroloških podataka s meteo stanice u Crikvenici.

Na ovu poziciju su knjiženi troškovi motriteljice Radil u iznosu od 9.188,02 kn te naknada za fotografiranje plaža (T. Mrkoljević) u iznosu od 6.778,75 kn.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Osnovni cilj je postizanje prepoznatljivosti u cjelokupnom asortimanu promotivnih materijala pa tako i promotivnih videa, odnosno svih kanala promocije. Važno je ostati dosljedan usvojenim smjernicama vizualnog identiteta destinacije, stvarati prepoznatljive proizvode/brendove/markice te objediniti u cjeloviti koncept vizualne prepoznatljivosti Rivijere Crikvenica.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

15.966,77 kn

3.10.

Turističko-informativne aktivnosti - 407.438,17 kn

3.10.1.

Upravljanje TIC-evima

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

TZG Crikvenice ima 4 turističko-informativna centra, po jedan u svakom mjestu Rivijere Crikvenice. Sva četiri TIC-a su aktivna tijekom sezone. TIC Selce je otvoren 21.5., TIC-evi Dramalj i Jadranovo otvoreni su 1.6.2021., dok onaj centralni, crikvenički, radi tijekom cijele godine.

I u 2021. godini rad TIC-eva prilagođen je izvanrednoj situaciji koja je uzrokovana pandemijom virusa COVID-19, koji je uzdrmao cijeli svijet, a ponajviše upravo turistički sektor. TIC-evi su opremljeni svim potrebnim zaštitama sukladno propisima Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, postavljene su plexi glas pregrade, obavijesti pri ulasku, dezinfekcijska sredstva i rukavice te su svim djelatnicima nabavljene zaštitne pamučne maske. Za rad u TIC-evima zaposleni su sezonski djelatnici, te su svi djelatnici bili educirani za zajedničke poslove u svim TIC-evima.

Kao i prethodnih godina, i u 2021. godini iznajmljivačima i vikendašima je omogućena samostalna prijava u sva 4 TIC-a na prijenosnim računalima u vlasništvu TZG Crikvenice. Međutim zbog smanjenja gužve na šalterima i bržeg kolanja stranaka, kako se ne bi dugo zadržavale u zatvorenom prostoru, djelatnici su ove godine intenzivno pomagali obveznicima prilikom prijave u eVisitor na svom računalu uz predočenje korisničkih podataka obveznika. Djelatnici su uglavnom bili stacionirani u pojedinom TIC-u, ali su bili uključeni i u ostale zadatke.

Voditeljica TIC-a je od 1.4.2021. Tea Car Reljac koja mijenja Martinu Krajc koja koristi porodiljni dopust. Svaki je djelatnik imao pravo na slobodne dane, što su i koristili.

TIC Crikvenica

U TIC-u Crikvenica je u sezoni zaposleno dvoje sezonskih informatora, od kojih je jedan ponajviše bio zadužen za mijenjanje djelatnika na slobodnim danima. TIC Crikvenica bio je otvoren za stranke prema zimskom radnom vremenu, od ponedjeljka do petka 8:00 – 15:00 i subotom od 8:00 – 13:00. U razdoblju od 15. lipnja do 30. rujna TIC je otvoren cijeli dan, uključujući i nedjelje. U istom prostoru cjelogodišnje posluje i turistička agencija „Crikvenica Tourist“. Nakon 30. rujna nastavljen je rad u jednoj smjeni.

Osim pomoći oko manifestacija, djelatnici TIC-a Crikvenice su odradili veliki dio posla pomažući iznajmljivačima i vikendašima oko prijave u sustav eVisitor te izdavanja korisničkih podataka. Obzirom da je ovo već peta godina korištenja sustava eVisitora, valja pohvaliti iznajmljivače koji su u tome sve bolji. Puno teže se u tome snalaze vlasnici kuća ili stanova za odmor – nekomercijalni smještaj. Iako se iznajmljivači odlično koriste eVisitorom, samostalno ili putem agencija koje im vrše prijavu, i dalje redovno kontaktiraju djelatnike TIC-eva zbog raznih informacija te izdavanja i printanja uplatnica za turističku pristojbu te turističku članarinu. Ove godine je je ponovno donesena odluka o smanjenju zaduženja pristojbe i članarine iznajmljivačima, a zbog nastale situacije korona virusa, tako da je kontakt sa iznajmljivačima bio konstantan.

Najčešće pritužbe koje se iznose djelatnicima na pultu su svakako kasno i nedovoljno uređenje plaža, jako loše stanje Gradske plaže – gosti su bili puno zadovoljniji kada se ulaz na plažu plaćao što je značilo i puno kvalitetnije upravljanje plažom i njenim sadržajima od strane koncesionara, kasno otvaranje i prerano zatvaranje toaleta, nedovoljan broj kanti za smeće na plažama i šetnicama, primjedbe na koncesionare, buku na plažama u večernjim satima, kvalitetu smještaja i sl. Sve primjedbe su prosljeđene nadležnim službama. Velik je i broj prigovora na iznajmljivače smještaja, u smislu da smještaj nije onakav kakvim se oglašava, što ukazuje na potrebu za većom kontrolom smještaja od strane Ministarstva turizma i sporta.

TIC Dramalj

TIC Dramalj je u 2021. godini otvoren 1. lipnja do 30. rujna. Radno vrijeme TIC-a Dramalj u cijelom

razdoblju bilo od 8:00 do 15:00 od ponedjeljka do petka i 8:00 – 13:00 subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Dramalj je cijelu sezonu radila jedna sezonska djelatnica. Osim informacija, djelatnica je i ove godine pružala veliku pomoć prilikom prijave gostiju u sustav eVisitor.

Iznajmljivači su imali mogućnost samostalne prijave svojih turista u TIC-u Dramalj, koristeći prijenosno računalo u vlasništvu Turističke zajednice Grada Crikvenice.

Tijekom sezone su zaprimljene i poneke primjedbe – nepripremljene i nedovoljno uređene plaže, prljavo more, neuređeni prilazi plažama, izvođenje radova i početkom srpnja, neuređena i neoznačena plaža za pse, kućni ljubimci na ostalim plažama i dr. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

TIC Jadranovo

TIC Jadranovo je u 2021. otvoren 1. lipnja do 30. rujna. Radno vrijeme TIC-a Jadranovo u cijelom razdoblju bilo je od 8:00 do 15:00 od ponedjeljka do petka i od 8:00 do 13:00 subotom. Nedjeljom je TIC bio zatvoren. Takvo radno vrijeme bilo je dostatno i bez prigovora na isto.

U TIC-u Jadranovo radila je jedna sezonska djelatnica. Djelatnica je uz pružanje informacija, prijavu i odjavu, upisivanje novih korisnika, izdavanje uplatnica izvršavala i ostale redovne aktivnosti.

Od prošle godine u poslovnom prostoru TIC-a Jadranovo od 1. lipnja do 30. rujna bila je otvorena turistička agencija H&I, koja je osim posredovanja u smještaju, pružala i usluge mjenjačnice te prodaje izleta.

Kao i u svim TIC-evima, i u ovome smo dobili nekoliko pritužbi. Primjedbe su se odnosile na nedovršene radove u mjestu, nedovoljan broj koševa uz more, zapuštene plaže s pripadajućim objektima (Havišće i Tunera). Pozitivni komentari stanovnika, gostiju i ugostitelja usmjereni su ove godine ponajviše na novu plažu Grabrova koja je svojom atraktivnošću privukla veliki broj gostiju i posjetitelja u Jadranovo. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

TIC Selce

TIC Selce u 2021. je otvoren od 21. svibnja, te je radio od ponedjeljka do petka od 8:00 do 15:00, te subotom od 8:00 do 13:00. Od 15. lipnja do 15. rujna TIC je radio svakodnevno cijeli dan, od 8 do 20 sati.

U TIC-u Selce radilo je dvoje sezonskih djelatnika. Slobodne dane djelatnika mijenjala je sezonska informatorica koja je bazno smještena u Crikvenici.

U prostoru TIC-a više ne posluje turistička agencija, te je na šalteru primljeno puno upita za mjenjačkim poslovima, što su djelatnici usmjeravali u obližnje mjenjačnice. U Selcu su se održavale i manje manifestacije koje su bile u skladu sa mjerama HZJZ-a. Pritužbe zaprimljene u Selcu najviše su se odnosile na Uvalu Slanu koja je zapuštena, neuredna i neodržavana tokom cijele sezone. Ostale pritužbe su se odnosile na nečistoću mora kod uvale Slana i kod Polače, na loše stanje ili zatvorene sanitarne čvorove, te na nedostatak parkiranih mjesta. Sve primjedbe su proslijeđene nadležnim službama.

Prostor na 1. katu tijekom ljetnih mjeseci je odobren KUD-u „Neven“ za postavljanje izložbe o 110 godina postojanja i rada društva, te su svakodnevno u večernjim satima članovi dežurali kako bi svi gosti izložbu mogli pogledati.

Troškovi realizacije u TIC-evima obuhvaćaju:

- plaće informatora – 98.226,13 kn
- trošak studenata – 114.081,02 kn
- naknade troškova radnicima – 2.007,46 kn
- rashodi za usluge – 110.462,93 kn
- rashodi za materijal i energiju – 48.617,69 kn
- ostali rashodi – 4.040,98 kn
- ostali financijski rashodi - 9.171,89 kn
- TIC – imovina – amortizacija – 15.392,57 kn

(nabavljen je color printer/skener/kopirka u vrijednosti 6.250,00 kn za potrebe TIC-eva te i klima uređaj u vrijednosti 5.993,75 kn te će se trošak navedenog iskazati kroz amortizaciju)

Ostvareni cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji lako dostupnim i pravodobnim informiranjem kao i promocija sadržaja u destinaciji za goste koje se tu već nalaze.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

402.000,67 kn

3.10.2.

Postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s JLS**Opis aktivnosti:**

U tijeku je izrada projekta obilježavanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine na području Grada Crikvenice.

Održavali smo i postojeću signalizaciju.

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji lako dostupnim i pravodobnim informiranjem kao i promocija sadržaja u destinaciji za goste koje se tu već nalaze.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Planirana sredstva:

5.437,50 kn

4.

Destinacijski menadžment – 66.368,18 kn

4.1.

Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

S 1.1.2016., na razini cijele Hrvatske s radom je započeo novi informacijski sustav za prijavu i odjavu turista. Taj jedinstveni informacijski sustav funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj, a dostupan je putem interneta bez potrebe za posebnim instaliranjem na računalo.

Do 31.12.2021. je ukupno uneseno 8.020 obveznika u sustav, od čega je 6.622 aktivnih koji posluju na dan 31.12.2021. Što se tiče vikendaša, njih se može unijeti tek nakon što donesu neki od važećih papira kao dokaz vlasništva (kupoprodajni ugovor, vlasnički list...), što znači da su uneseni samo oni vlasnici kuća i stanova za odmor koji su fizički došli na šalter. Obzirom da u skladu s Općom uredbom o zaštiti podataka nije više dozvoljeno skeniranje i prilaganje osobnog dokumenta, vikendaši su, stoga, osobno trebali ispuniti obrazac, a dokument o vlasništvu donijeti na uvid.

Jednom mjesečno nam Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj, Ispostava Crikvenica, šalje rješenja o pružanju ugostiteljskih usluga, koja voditeljica poslova u TIC-evima odmah upisuje u sustav eVisitor.

Pružatelji usluga smještaja sve se bolje prilagođavaju ovom sustavu, obzirom da je ovo već šesta godina korištenja istoga, a djelatnici u svim TIC-evima su bili na raspolaganju za sva pitanja i tumačenja, bilo direktno, bilo telefonski.

Vlasnici vikend kuća i stanova za odmor i dalje se odupiru tom sustavu, jer su i bez toga prilično ogorčeni na plaćanje turističke pristojbe u svom objektu. Također je problem sa starijim osobama, koje niti imaju

računalo niti su informatički pismene. Kako bi im olakšali, svaki TIC ima jedno prijenosno računalo, koje je na raspolaganju isključivo za prijavu putem eVisitora.

U redovnom smo kontaktu s podrškom eVisitor-a, ili putem e-maila, ili telefonski, kako bi se razjasnile sve novosti i uskladile sa situacijama na terenu.

U 2021. godini sustav, u smislu prijave turista, funkcionira puno bolje, obveznici su se većinom navikli, iako i dalje postoji veliki dio obveznika koji pomoć traže u turističko-informativnim centrima za samu prijavu ali i za preuzimanje uplatnica. Ove godine se nisu, kao ni prethodnih godina, slale uplatnice za turističku pristojbu. Zbog niza zakonskih promjena i daljnjih promjena uzrokovanih pandemijom korona virusa imali smo velikih problema u kontaktu s obveznicima jer zaduženja za turističku pristojbu za pružatelje usluga smještaja u domaćinstvu – objekti u domaćinstvu nisu bila na vrijeme evidentirana u sustavu eVisitor. Obveznici su iz tog razloga dolazili redovno po uplatnice jer im sustav eVisitor ove godine u tom smislu nije bio od pomoći. Također, iako je bilo najavljeno, u sustav nije implementirano zaduženje za turističku članarinu što i dalje zbunjuje obveznike, a i dodatno otežava samu naplatu.

U ostalim segmentima, sustav eVisitor funkcionira puno bolje negoli prethodnih godina i to zahvaljujući čestim nadogradnjama sustava.

Tu je prikazan i Diar sustav za urudžbiranje i arhivu.

Troškovi realizacije uključuju troškove održavanja sustava za urudžbiranje i arhivu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Evidencija dolazaka i noćenja te kontrola naplate turističke pristojbe i turističke članarine. Evidencija i praćenje svih oblika turističke ponude u destinaciji. Obavljanje zakonske obveze vođenja arhive.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

3.750,00 kn

4.2.

Upravljanje kvalitetom u destinaciji – 43.868,18 kn

Nagrade

Turistička zajednica Grada Crikvenice financirala je i realizirala prijave na natjecanja i sustave nagrađivanja na regionalnoj i nacionalnoj osnovi istaknutim dionicima turističke ponude destinacije.



Nagrada "Čovjek - ključ uspjeha, djelatnik godine" dio je programa svečanosti obilježavanja Dana hrvatskog turizma, najvećeg skupa turističkih djelatnika u Hrvatskoj. Cilj ove nagrade je podizanje kvalitete usluga i gostoljubivosti djelatnika u turizmu i ostalim djelatnostima povezanim s turizmom, što izravno utječe na podizanje stupnja zadovoljstva gostiju, širenje pozitivnog imidža hrvatskog turizma te ukupnog doživljaja Hrvatske kao turističke destinacije.

Dodjelom godišnjih turističkih nagrada najboljima u turizmu dana 29. listopada 2021. u nazočnosti premijera Andreja Plenkovića, mnogih ministara i uzvanika su završeni Dani hrvatskog turizma 2021. koji su tijekom dva dana u Dubrovniku okupili oko 500 sudionika, a organizirali su ih Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora.

Na svečanosti u Župi dubrovačkoj ukupno su dodijeljene 22 nagrade, nekoliko posebnih priznanja te jedna nagrada za životno djelo. Rivijera Crikvenica se posebno istaknula s tri pojedinačne nagrade i to:

Zoran Škoro, najbolji policijski službenik, Ivana Tomljanović, najbolja djelatnica u brodarstvu te Vlasta Brozičević kao najbolja djelatnica u zdravstvenom turizmu (medicinski, lječilišni, wellness) u Hrvatskoj.

U okviru Burze „Put“ dodijeljene su tradicionalne godišnje nagrade za kvalitetu, inventivnost i kreativnost u turizmu – „Simply the best“, koje dodjeljuju UHPA i specijalizirani turistički magazin „Way to Croatia“. Nagrada se dodjeljuje u 6 kategorija. Zbog otkazane dodjele prošle godine, ove godine su dodijeljene nagrade za 2020. i 2021. godinu pa je ukupno nagrađeno 79 pojedinaca i tvrtki iz turističkog sektora. Turistička zajednica Grada Crikvenice, koja se aktivno uključuje u kandidiranje predstavnika turističkog gospodarstva, je sa zadovoljstvom primila vijest da su na području Rivijere Crikvenice za 2020. godinu nagrađeni Hotel „Esplanade“ u Crikvenici u kategoriji ugostiteljstvo- objekti s ponudom smještaja (hoteli, pansioni,...), Muzej Grada Crikvenice, koji je nagrađen kao novi projekt u turizmu s posebnim priznanjem za izložbu „Prva na Jadranu“ te Via Mea Travel za suradnju s lokalnom zajednicom. I za ovu godinu je jedna nagrada stigla u Crikvenicu i to Kuće kamene u kategoriji Kuće za odmor.

Turistička zajednica Grada Crikvenice je promotivni video „A Perfect Oasis For You“ prijavila na jubilarni 10. ZAGREB TOURFILM FESTIVAL 2021 te je u konkurenciji od 123 filma iz 32 zemlje „zapeo za oko“ stručnom žiriju. Budući da je video dobio visoke ocjene, u kategoriji HRVATSKI TURISTIČKI FILM- Turistička destinacija- grad je osvojio 2. mjesto.

Festival se odvija u organizaciji BALDUČI FILMA te pod pokroviteljstvom predsjednika Republike Hrvatske Zorana Milanovića i ministrice turizma i sporta Republike Hrvatske Nikoline Brnjac.

Festival se ove godine održao virtualno, kao i sama dodjela nagrada. Puno je faktora koji utječu na proces odabira. Svaki je odabrani film samostalno je ocjenjivalo najmanje 7 članova žirija, koji su ocijenili film ocjenama od 1-10, prema šest faktora podijeljenih između svjetonazora, umjetničkog dojma, tehničke kvalitete itd.



Dugogodišnji gosti

Tijekom 2021. godine smo posebno nagradili neke naše dugogodišnje goste. U četvrtak, 8. srpnja direktorica Marijana Biondić susrela se na terasi kavane, zbog epidemioloških preporuka, s slovačkom obitelji Hučko. Tom prilikom im je uručila umjetničku sliku autora Zdravka Gržičića i prigodne darove, te kratko porazgovarala s njima kako bi doznala što ih svake godine vraća u Selce. Na dogovoreni susret došli su i njihovi vjerni domaćini - Branka i Ivica Lončarić. Štefan i Julka Hučko u Selce dolaze 24 godine zaredom, a prijateljstvo s obitelji Lončarić traje punih 18 godina. Na susret je došla i kćer Julke i Štefana čija su djeca isto u Selcu naučili plivati. U razgovoru su nam Julka i Štefan rekli da se u Selcu osjećaju kao doma, no da nikada nisu poželjeli kupiti vlastitu nekretninu, jer imaju odlične domaćine koji se za njih brinu. Obitelj Hučko dolaze nekoliko puta godišnje, a i obitelj Lončarić je bila kod njih u Slovačkoj. Obitelj Hučko je dovela mnogo svojih prijatelja i poznanika na ljetovanje u Selce.



23. srpnja direktorica Marijana Biondić susrela se sa domaćinima, obitelji Marije Antić i gostima koji dolaze već 50 godina u Selce. Leopoldine i Ludwig Bousek, iz Austrije, prvi puta su došli kada je njihova kćerka imala šest godina i otada nisu prestali dolaziti. Nakon 50 godina vjernosti Turistička zajednica Grada Crikvenice zahvalila im je prigodnim darovima, a dugogodišnji gosti uz kavu su ispričali zašto se svake godine iznova vraćaju u Selce. Mnogi ih pitaju nije li im već dosadilo toliko godina dolaziti u isto mjesto na godišnji odmor, no ova austrijska obitelj na to samo

odmahne rukom. Zaljubljeni su u Selce, a vole istražiti i okolicu pa osim što promoviraju Crikvenicu u inozemstvu, često budu i promotori manje posjećenih lokacija među domaćim stanovništvom. Proputovali su gotovo cijeli svijet, no svake godine se vraćaju k obitelji Antić, jer se tu osjećaju kao doma, ali i zbog izrazito čistog mora te malih ugostiteljskih lokala.

U ponedjeljak, 23. kolovoza, direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice Marijana Biondić susrela se sa obitelji Marije Lončarić iz Selca i njihovim dugogodišnjim gostima iz Njemačke. Nijemac Andreas Thurn u Selcu ljetuje već pet desetljeća. Tih pet desetljeća vjernosti TZG Crikvenice je nagradila te im je direktorica predala sliku autora Zdravka Gržičića i prigodne poklone. Druženje je održano u konobi Riva, na otvorenoj terasi, zbog pandemije COVID-19. Uz Andreasa, na druženju su bili njegova supruga Monika i dvije kćeri – Vanessa i Sabrina. Andreas je na druženje donesao pun album fotografija i isto napomenuo da je on tu naučio plivati, kao i njegove kćerke. Bez obzira na dugi staž, i što će reći da mu je Hrvatska druga domovina, hrvatski jezik nije naučio, jer se svi trude govoriti njemački. Svake godine se vraćaju u Selce, jer se tu osjećaju sigurno i ugodno. Tijekom godina u odmoru su im se pridruživali njihovi rođaci i prijatelji, koji također broje značajne godine dolaska u Selce.

Dugogodišnji gosti su najbolji promotori ljepota mjesta u koje se vraćaju, baš kao što su obitelji Thurn, Bousek i Hučko jedni od najboljih promotora crikveničke rivijere.

Stručni skupovi

Sudjelovali smo ove godine na Weekend Media Festivalu, najvećem regionalnom festivalu komunikacija koji je održan u Rovinju od 23. do 26.9.2021.

Predstavnici TZG Crikvenice sudjelovali su na konferenciji o razvoju cjelogodišnjeg turizma „Turizam 365 – Održivost i nova budućnost“, dana 8. listopada 2021. u Termama Tuhelj, Tuheljske Toplice.

Sudjelovali smo i na Nacionalnom forumu interpretatora baštine od 8. do 10.10.2021. u Svetvinčenatu gdje su održane zanimljive radionice, predavanja i obilasci terena na temu interpretacije baštine.

Edukativne radionice i seminari za predstavnike turističke industrije

Turistička zajednica Grada Crikvenice, među ostalim, organizira i razne besplatne aktivnosti za privatne iznajmljivače s područja Rivijere Crikvenice. Tijekom godine održavamo edukacije, čiji su osnovni ciljevi usvajanje novih znanja i vještina koje bi iznajmljivačima i turističkim djelatnicima trebale olakšati poslovanje i pripremu za turističku sezonu.

Edukacije za iznajmljivače

Slijedom velikih promjena i potrebe da iznajmljivači budu kontinuirano informirani o svim novostima koje se tiču njihovog poslovanja, Turistička zajednica Grada Crikvenice redovito dostavlja informacije elektroničkim putem (svima onima, koji su dali privolu da im se mogu dostavljati novosti), kao i putem Viber zajednice.

Prije početka nove turističke sezone, Turistička zajednica Grada Crikvenice odlučila je i ove godine organizirati Mjesec edukacija u ožujku, s nekoliko edukativnih radionica za privatne iznajmljivače i turističke djelatnike, a s ciljem podizanja konkurentnosti, što bi u konačnici doprinijelo većem zadovoljstvu gostiju i boljim turističkim rezultatima.

Sve edukacije su se održale putem online platformi u popodnevnim satima, a iznajmljivači su vršili prijave e-mailom i za svaku edukaciju dobili zaseban poziv.

Održali smo prvu edukaciju 2. ožujka 2021. godine na temu: „Vođenje apartmana i kuća za odmor“ – predavači su bili Meri Čižmić Kraljević. Druga edukacija nosila je naziv „Izazovi poslovnog komuniciranja u turizmu u COVID vremenima“ i održana je 16. ožujka 2021. godine. Treća edukacija imala je temu „Marketinško udruživanje iznajmljivača“, a održana je 16. ožujka 2021. godine. 23. ožujka 2021. godine održana je četvrta edukacija „Ljubavnost na više načina“. Posljednja edukacija u ožujku je bila prvenstveno namijenjena hotelijerima, no i za ovu temu su veći interes iskazali iznajmljivači. Održana je 30. ožujka 2021. godine na temu „Edukacija za davatelje turističkih usluga za stvaranje doživljaja kroz animaciju“.

Zbog velike zainteresiranosti i značajnog broja upita iznajmljivača, Turistička zajednica Grada Crikvenice je i u travnju nastavila s edukacijama putem online platformi.

Prva edukacija održana je 13. travnja 2021. godine na temu „Kako poboljšati booking preko online kanala“. 20. travnja 2021. godine održana je edukacija s naslovom „Razvoj cikloturizma u destinaciji“. Posljednja planirana edukacija pod nazivom „Covid i obiteljsko iznajmljivanje“ održana je 27. travnja 2021. godine.

Trošak realizacije obuhvaća troškove kotizacija i DHT-a, troškove programa podizanja konkurentnosti destinacije, edukacije predstavnika turističke ponude po proizvodima.

Struktura troškova:

- Putni troškovi – 4.046,26 kn
- Intelektualne i osobne usluge – održavanje stručnih seminara – 20.750,00 kn
- Ugostiteljske usluge – smještaj – 10.203,92 kn
- Kotizacije i ostali troškovi – 8.268,00 kn

Ostvareni cilj aktivnosti:

Povećanje kvalitete u destinaciji, povećanje broja konkurentnih (izvrsnih) turističkih subjekata u destinaciji te konkurentnost (izvrsnost) cijele destinacije.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

43.868,18 kn

4.3.

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U Rijeci se je 8. i 9. listopada 2021. godine održao drugi po redu Hrvatski ronilački kongres. Tijekom dva dana trajanja kongresa stručnjaci su kroz brojne panele raspravljali o zanimljivim i za ronjenje važnim temama te se dotaknuli produljenja sezone kroz ovu granu turizma. Osim što je generator predsezone i posezone, ronjenje je jedan od boljih i unosnijih turističkih proizvoda te daje dodanu vrijednost ukupnoj turističkoj ponudi, a još uvijek nije u cijelosti iskorišten. Stručnjaci su prezentirali iskustva iz raznih područja sigurnosti, organizacije vatrogastva u ronjenju, podvodne fotografije, zakonske regulative, speleoronjenja, a poseban naglasak ovog kongresa stavljen je na ronjenje poslije infekcije koronavirusom.

Kongres se održao u Centru Zamet praćen velikim brojem stručnjaka, zainteresiranih i medija. TZG Crikvenice imala je postavljen štand s promo materijalima, a cijelo vrijeme trajanja kongresa Rivijera Crikvenica bila je promovirana kroz reprodukciju promotivnih videa na TV panoima unutar dvorane.

Važan segment kongresa bio je i područje ekologije te zaštite podmorja. Tako su ronionci i primjerom pokazali brigu za podmorje provođenjem jedne od najvećih ekoloških akcija čišćenja podmorja na šest lokacija diljem Kvarnera s više od 200 sudionika - ronionca. Ekološka akcija čišćenja podmorja provodila se u Rijeci, Bakru, Kraljevici, Crikvenici, Selcu i Novom Vinodolskom, a TZG Crikvenice podržala je ovu akciju.

Struktura troškova:

- intelektualne i osobne usluge – 18.750,00 kn



Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Nositelj aktivnosti i partneri:

Turistička zajednica Grada Crikvenice, Grad Crikvenica, "Eko-Murvica", Ronilački centar „Mihurić“, udruge i mjesni odbori

Realizacija:

18.750,00 kn

5.

Članstvo u strukovnim organizacijama – 10.100,00 kn

5.1.

Međunarodne strukovne i sl. organizacije

TZG Crikvenice nije članica niti jedne međunarodne strukovne organizacije

5.2.

Domaće strukovne i sl. organizacije - 10.100,00 kn

5.2.1.

UHPA – Udruga hrvatskih putničkih agencija

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice pridruženi je član Udruge hrvatskih putničkih agencija. Kao dragovoljna strukovna udruga UHPA zastupa interese svojih članova i tijesno surađuje s Ministarstvom turizma i sporta Republike Hrvatske i Hrvatskom turističkom zajednicom na različitim projektima. Ti su projekti usmjereni prije svega na povećanje broja organiziranih dolazaka i noćenja u pred i posezoni, kroz razvoj ponude za tržište posebnih interesa i poticanje rada destinacijskih menadžment kompanija

– DMC. TZG Crikvenice je zajedno s UHPA-om provodila proteklih godina brojne aktivnosti. Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine u UHPA-i.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Promocija destinacije i plasiranje turističke ponude Rivijere Crikvenica kroz platformu UHPA-e i njezinih članica.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

1.750,00 kn

5.2.2.

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera okuplja članstvo iz redova medicinskog, turističkog i sveučilišnog sektora te pratećih usluga sa ciljem stvaranja prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda na lokalnoj i međunarodnoj razini. Organizacijski objedinjuje pripreme i plasmane prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda koji mora slijediti svjetske trendove, tradiciju, resursnu osnovicu i specifičnosti destinacije. Usmjeren je ka osnaživanju i razvoju zdravstvenog turizma Kvarnera, u skladu sa strateškim dokumentima koji ovu turističku destinaciju definiraju kao „destinaciju zdravlja“. Klaster sustavno i aktivno djeluje na poticanju sinergijskih procesa, usmjerenih na unapređenje asortimana i kvalitete ukupne zdravstveno-turističke ponude Kvarnera kao destinacije zdravlja, kroz zajednički plasman usluga na tržište zdravstvenog turizma, a radi podizanja stupnja korištenja kapaciteta i podizanja ukupnog blagostanja turističke destinacije Kvarner kao cjeline.

Turistička zajednica Grada Crikvenice članica je Klastera te sudjeluje u aktivnostima Klastera. Klaster se je najprije kao suorganizator, a kasnije i kao organizator priključio TZG Crikvenice u organiziranju CIHT-a zadnjih nekoliko godina. Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine u Klasteru.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Promocija destinacije i plasiranje turističke ponude Rivijere Crikvenica kroz platformu Klastera i njegovih članica.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

8.250,00 kn

5.2.3.

Savez karnevalskih gradova Hrvatske

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica grada Crikvenice član je Saveza karnevalskih gradova Hrvatske, kao i organizator manifestacije Maškare u Crikvenici, jednog od većih karnevala u Republici Hrvatskoj. Djelatnosti Saveza su okupljanje građana radi organiziranja karnevalskih svečanosti; sudjelovanje na karnevalskim svečanostima na području Republike Hrvatske i u inozemstvu; skupljanje saznanja o uporabi uređaja i kostima u odnosu na tradiciju karnevala u Hrvatskoj i inozemstvu; organiziranje izložaba uz očuvanje hrvatskih karnevalskih tradicija; poticanje zanimanja mladeži za sudjelovanje u karnevalu i razmjena ideja unutar Udruge; kontakti i suradnja s udrugom europskih karnevalskih gradova.

Troškovi realizacije obuhvaćaju trošak godišnje članarine prema Savezu.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Održavanje karnevalske tradicije i njezine promidžbe u turističke svrhe.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

0,00 kn

5.2.4.

LAG " Vinodol"

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

LAG "Vinodol" osnovan je 3 jedinice lokalne samouprave na području Crikveničko-vinodolske rivijere, a danas LAG Vinodol ima u svom sastavu 7 JLS-a: Grad Crikvenicu, Grad Novi Vinodolski, Vinodolsku općinu, Grad Bakar, Grad Kraljevicu, Općinu Čavle i Općinu Kostrena. Cilj povezivanja ovih 7 JLS je zajednički interes za stvaranje kvalitetnih uvjeta za uspješan razvoj ovih ruralnih prostora i povezivanje svih dionika koji imaju opredjeljenje kroz zajedničke aktivnosti i partnersku suradnju stvarati dobre osnove za razvoj lokalnih zajednica, lokalnih projekata i lokalnih partnerstava.

Troškovi realizacije uključuju troškove članarine.

Ostvareni cilj aktivnosti:

osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih interesa kroz jačanje lokalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini s ciljem udruženog nastupa na sajmovima i jačeg plasmana lokalnih proizvoda.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

100,00 kn

6.

Administrativni poslovi – 1.855.301,80 kn

6.1.

Plaće

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U turističkom uredu TZG Crikvenice radi ukupno 8 zaposlenika – direktorica, voditeljica marketinga, dva voditelja projekata, voditeljica TIC-eva, viša stručna suradnica za financijske i računovodstvene poslove, stručni suradnik za marketing i događanja te stručna suradnica – administratorica. Navedeni djelatnici obavljaju sve stručne, administrativne, plansko-analitičke, evidencijske, statističke i ostale uredske poslove potrebne za funkcioniranje Turističke zajednice i njenih tijela.

Obavljanje stručnih i administrativnih poslova obuhvaćalo je osobito ove poslove:

- provođenje zadataka utvrđenih programom rada Zajednice
- obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi s pripremanjem sjednica tijela Zajednice
- obavljanje stručnih i administrativnih poslova u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela Zajednice
- obavljanje pravnih, financijskih i računovodstvenih poslova, kadrovskih i općih poslova, vođenje evidencija i statističkih podataka utvrđenih propisima i aktima Zajednice
- izradu analiza, informacija i drugih materijale za potrebe tijela Zajednice
- davanje tijelima Zajednice, kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga Zajednice
- obavljanje i drugih poslova koje odrede tijela Zajednice.

Od 2016. godine u primjeni je novi sustav prijave i odjave turista – eVisitor. Turistički ured je prije uvođenja novog sustava održao edukacije svim vlasnicima smještajnih objekata te izdao sve potrebne korisničke podatke. eVisitor je online sustav prijave i odjave turista koji znatno skraćuje proces registriranja posjetitelja, a pristup je omogućen i MUP-u, Carini te Državnom zavodu za statistiku. Turistički ured obavlja sve administrativne poslove vezane uz prijavu i odjavu turista, unošenje novih obveznika i objekata u sustav te analitiku ostvarenog turističkog prometa.

Rashodi za radnike obuhvaćaju neto plaće, poreze, prireze, doprinose te ostale izdatke za zaposlene (nagrade, darovi, pomoći, otpremnine i sl.).

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

1.384.416,87 kn

6.2.

Materijalni troškovi

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice podrazumijevaju troškove održavanja prostora, režijske troškove, troškove uredske opreme i materijala, komunalija, troškove platnog prometa, stručnog usavršavanja zaposlenika, službena putovanja i naknade troškova zaposlenima troškove poštarine, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi revizijskog nadzora, troškovi arhive, troškovi tekućeg održavanja računalne opreme i drugog.

Struktura troškova:

- rashodi za radnike – 5.400,00 kn
- naknade troškova radnicima – 30.240,47 kn
- rashodi za usluge – 153.885,00 kn
- rashodi za materijal i energiju – 62.930,65 kn
- ostali rashodi – 57.946,56 kn
- ostali financijski rashodi – 9.639,06 kn
- TZG – imovina – amortizacija – 125.511,22 kn
(nabavljen je UPS za server te 3D LED saonice i kugla za Advent u Crikvenici ukupne vrijednosti 30.073,94 kn te će se trošak navedenoga iskazati kroz amortizaciju)

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

445.552,96 kn

6.3.

Tijela turističke zajednice

Opis aktivnosti:

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, osim stručne službe, odnosno turističkog ureda, u radu turističke zajednice sudjeluju i ostala tijela Zajednice: Predsjednik, Turističko vijeće i Skupština. Navedena tijela će sukladno općim aktima, održavati redovito svoje sjednice.

Članovi Turističkog vijeća Turističke zajednice Grada Crikvenice primaju naknadu za svoj rad. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju troškove naknade za članove turističkog vijeća, troškove pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela, reprezentacije, zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela i ostale troškove.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija:

25.331,97 kn

7.

Rezerva

Sredstva rezerve su se koristila za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti.

Troškovi obuhvaćaju: Donaciju za stradale od potresa

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

5.000,00 kn

8.

Pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine. Za ovu godinu nema potrebe za pokrivanjem manjka s obzirom da je ostvaren višak prihoda.

Nositelj aktivnosti:

Turistička zajednica Grada Crikvenice

Realizacija

0,00 kn

Sveukupno rashodi – 4.401.686,65 kn

Direktorica Turističke zajednice Grada Crikvenice:

Marijana Biondić, dipl.oec.

